

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)  
Program Studi Akuntansi*



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**OLEH:**

**NAMA : SHALSHAH DILLA PUTRI ROSSUY**  
**NPM : 1905170193**  
**PROGRAM STUDI : AKUNTANSI**  
**KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**



**UMSU**

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238




**PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR**

Panitia Ujian Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Jum'at, tanggal 18 Oktober 2024, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya,


**MEMUTUSKAN**


Nama : SHALSHAH DILLA PUTRI ROSSUY  
NPM : 1905170193  
Program Studi : AKUNTANSI  
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dinyatakan : (A-) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Penguji I  
  
(Elizar Sinambela, S.E., M.Si)

Tim Penguji

Penguji II  
  
(Isna Ardifa, S.E., M.Si)

Pembimbing  
  
(Fitriani Saragih, S.E., M.Si)

Panitia Ujian

Ketua



Sekretaris

  
Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si., CMA)

  
(Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : SHALSHAH DILLA PUTRI ROSSUY

N.P.M : 1905170193

Program Studi : AKUNTANSI

Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA

Disetujui dan telah memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian  
mempertahankan skripsi.

Medan, Oktober 2024

Pembimbing Skripsi



(FITRIANI SARAGIH, S.E., M.Si.)

Diketahui/Disetujui

Oleh:


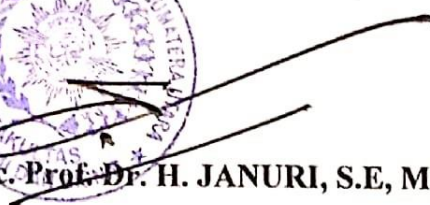
Ketua Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Assoc. Prof. Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si.)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(Assoc. Prof. Dr. H. JANURI, S.E, M.M, M.Si, CMA)





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Shalshah Dilla Putri Rossuy  
NPM : 1905170193  
Dosen Pembimbing : Fitriani Saragih, S.E., M.Si.  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- Jarak lebih masi dgn - lebih detail per mata - lebih umum	12/9/2024	1
Bab 2	- review detail	17/9/2024	1
Bab 3	- Takut analisis detail	13/9/2024	1
Bab 4	- kerangka umum - kerangka	20/9/2024	1
Bab 5	- kerangka	20/9/2024	1
Daftar Pustaka	- Ganda mendayu	21/10/2024	1
Persetujuan Sidang Meja Hijau	- acc hasil	14/10/2024	1

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Hj. Zulia Hanum, S.E., M.Si.)

Medan, Oktober 2024  
Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

(Fitriani Saragih, S.E., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

## PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

**Nama Lengkap : SHALSHAH DILLA PUTRI ROSSUY**

**N.P.M : 1905170193**

**Program Studi : AKUNTANSI**

**Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri., kecuali pad bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari tugas akhir ini merupakan hasil plagiat atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

**Yang Menyatakan**



**SHALSHAH DILLA PUTRI ROSSUY**

**ABSTRAK**  
**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Shalshah Dilla Putri Rossuy**  
**Program Studi Akuntansi**

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang diterbitkan di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah objek 8 perusahaan dengan data selama 4 tahun sehingga memiliki jumlah sampel 32 data.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis dengan uji t serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Software yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 33,1%.

**Kata Kunci :** Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON PRICE BOOK VALUE IN PHARMACEUTICAL COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE***

**Shalshah Dilla Putri Rossuy**  
***Accounting Study Program***

*This study is a study conducted to determine the effect of corporate social responsibility on profitability in Pharmaceutical Companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2022 Period. This study uses a quantitative approach with secondary data sources obtained from the company's financial statements published at [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The sampling technique in this research is using purposive sampling technique, with the number of objects 8 companies with data for 4 years so that it has a total sample of 32 data.*

*The analysis carried out in this study includes descriptive statistical analysis, simple linear regression analysis and hypothesis testing with *t* test and coefficient of determination test ( $R^2$ ). ). The software used to conduct this research is SPSS version 25. Based on the research results, it can be concluded that corporate social responsibility has an effect on price book value, the effect of corporate social responsibility on price book value is 33.1%.*

***Keywords: Profitability and Corporate Social Responsibility***

## Kata Pengantar



*Assalamua'laikum Warohmatullah Wabarakatuh*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas akhir yang berjudul “**Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**” dengan baik dan penuh dengan suka cita. Penyusunan Tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi program sarjana S1 program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasul Allah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahilliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Di dalam penulisan Tugas akhir ini penulis sadar akan keterbatasan dan kemampuan yang ada, namun walaupun demikian penulis sudah berusaha agar Tugas akhir ini sesuai yang diharapkan dan penulis menyadari bahwa tanpa bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak yang terkait maka Tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Suyetno dan Ibu Rosdiana yang telah memberikan dukungan



baik moril maupun material serta doa restu yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir ini.

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
6. Bapak Riva Ubar Harahap, S.E., M.Si., Ak., CPA selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
7. Ibu Fitriani Saragih, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang membantu penulis menyelesaikan Tugas akhir ini.
8. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada penulis, serta seluruh staff dan pegawai yang telah membantu penulis baik selama masa pendidikan maupun dalam penyusunan Tugas akhir.

9. Kepada sahabat saya semasa perkuliahan Putri, Nurul, Etika yang selalu ada didalam suka dan duka selama masa perkuliahan.
10. Sahabat terbaik saya dari jaman SMA Amalia Lutfia, yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada saya
11. Idola saya Treasure yang lagu dan karyanya selalu menjadi penyemangat saya disela-sela penatnya dalam penyusunan skripsi, khususnya Park Jihoon dan Haruto yang tingkahnya selalu membuat saya semangat, untuk playlist spotify saya yang selalu menemani saya dalam penyusunan skripsi, dan teman-teman online saya yang telah memberikan semangat dan dukungan.

Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca Tugas akhir ini demi perbaikan-perbaikan kedepannya dan untuk penyempurnaan Tugas akhir ini dimasa yang akan datang. Semoga Tugas akhir ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan terutama bagi penulis dan pembaca lainnya.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga Tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua bantuan yang diberikan.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Medan, Oktober 2024

Penulis

**SHALSHAH DILLA PUTRI ROSSUY**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2    KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Landasan Teori .....	9
2.1.1. Nilai Perusahaan.....	9
2.1.1.1. Pengertian Nilai Perusahaan.....	9
2.1.1.2. Tujuan Nilai Perusahaan .....	11
2.1.1.3. Pengukuran Nilai Perusahaan.....	11
2.1.1.4. Pengertian <i>Price Book Value</i> .....	12
2.1.1.5. Pengukuran <i>Price Book Value</i> .....	13
2.1.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	14
2.1.2.1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> ...	14
2.1.2.2. Faktor yang mempengaruhi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.1.2.3. Manfaat <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> .....	17
2.1.2.3. Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	18
2.1.2.4. Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i> .	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	19
2.3. Kerangka Konseptual .....	20
2.4. Hipotesis.....	21
<b>BAB 3    METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	22
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian .....	24
3.4. Populasi dan Sampel .....	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6. Teknik Analisis Data.....	27

**BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian ..... 32  
4.2. Pembahasan..... 38

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan ..... 41  
5.2. Saran..... 41

**DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Perusahaan dan CSR Perusahaan Farmasi .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel .....	24
Tabel 3.2 Rencana Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 3.3 Populasi Penelitian.....	24
Tabel 3.4 Sampel Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	32
Tabel 4.2 Corporate Social Responsibility.....	33
Tabel 4.3 Profitabilitas .....	34
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif .....	35
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
Tabel 4.6 Uji t .....	37
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi.....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4.1. Uji Normalitas .....	38

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Nilai perusahaan adalah nilai yang berkembang untuk pemegang saham, nilai perusahaan akan tercermin dalam harga pasar sahamnya. Nilai perusahaan sesuai dengan Syukron (2015) didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kekayaan pemegang saham secara maksimal jika harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham akan menghasilkan kekayaan pada pemegang saham. Menurut Rahmawati (2015) nilai perusahaan dapat dilihat dari perkembangan harga saham perusahaan di pasar saham. Harga saham yang tinggi berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menjadi prospek perusahaan yang positif di masa depan. Menurut Dewi et al (2014) berpendapat bahwa bagi perusahaan yang belum go public nilai perusahaan merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah go public nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal.

Nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan (Sudana, 2015). Nilai perusahaan dapat memakmurkan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Dimana pengukuran atas nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV).

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar saham karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham. Agar suatu bisnis bisa bertaham maka suatu perusahaan harus merubah kontrak sosialnya dengan memposisikan bisnis sebagai bagian dari sistem sosial dan politik yang ada. Jika perusahaan lebih responsive terhadap tuntutan masyarakat maka kegiatan bisnis lebih bisa di terima masyarakat . (Ayem & Nurasjati, 2020).

Nilai perusahaan (*Value Brand*) memegang peranan penting perusahaan, karena dapat membentuk kinerja dalam upaya menumbuhkan keyakinan terhadap pengguna informasi dan masyarakat yang berkepentingan. Perusahaan yang baik tercermin pada *Value brand* itu sendiri begitu juga sebaliknya, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti pula oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Adapun faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah *corporate social responsibility*. Perusahaan bertanggung jawab atas semua yang telah mereka terima dari lingkungan sosialnya dalam suatu laporan pertanggungjawaban sosial, lebih dari sekedar suatu kewajiban moral yang selama ini berlaku di masyarakat. Bentuk pertanggungjawaban dapat diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yaitu pada bagian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (Ardila & Sembiring, 2022).

*Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan



mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan di sekitar wilayah aktivitas perusahaan itu berada. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR-disclosure*) merupakan sebuah informasi yang diungkapkan oleh manajemen, sebagai sinyal kepada stakeholder tentang aktifitas yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Devita, 2018).

Karina & Setiadi (2020) mengatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bawa perusahaan tersebut memberikan citra (*image*) kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Sarana pengungkapan informasi sosial atau yang dikenal dengan laporan berkelanjutan (*sustainable reporting*) berguna untuk memberikan informasi kepada para investor tentang berbagai kegiatan sosial yang telah dilakukan perusahaan karena investor individual tertarik dengan informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Perusahaan Farmasi adalah satu perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan dan obat-obatan. Perusahaan farmasi adalah perusahaan yang menyediakan berbagai keperluan konsumen berupa obat-obatan dan perlengkapan kesehatan. Di Indonesia perusahaan farmasi berkembang pesat, hal ini disebabkan

tingginya pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan perekonomian penduduk. Bursa Efek Indonesia telah menjadi bagian penting dalam suatu perekonomian Indonesia. Selain dalam pendanaan yang diperoleh dari sektor farmasi, pasar modal pada Bursa Efek Indonesia dapat menjadi suatu alternatif pendanaan bagi semua sektor perusahaan di Indonesia yang memungkinkan bagi para pemodalnya untuk dapat membuat pilihan atas suatu investasi yang diinginkan sesuai dengan risiko dan tingkat keuntungan yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, menurut Khofifah et al (2022) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, sosial). Berikut akan disajikan tabel dari data keuangan untuk perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1.1. Data Nilai Perusahaan dan CSR Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI**

Perusahaan	Tahun	Jumlah pengungkapan	Skor maksimal	CSR	Nilai Perusahaan
DVLA	2019	5	91	0.055	1.95
	2020	7	91	0.077	1.81
	2021	8	91	0.088	1.91
	2022	7	91	0.077	2.04
KAEF	2019	7	91	0.077	35.74
	2020	6	91	0.066	41.0
	2021	6	91	0.066	31.48
	2022	7	91	0.077	29.02
KLBF	2019	9	91	0.099	5.83
	2020	11	91	0.121	5.19
	2021	12	91	0.132	5.88
	2022	11	91	0.121	3.37
MERK	2019	3	91	0.033	5.59
	2020	3	91	0.033	4.89
	2021	5	91	0.055	5.14
	2022	4	91	0.044	3.98

PYFA	2019	5	91	0.055	6.24
	2020	5	91	0.055	3.02
	2021	6	91	0.066	3.00
	2022	7	91	0.077	2.40
SDPC	2019	11	91	0.121	0.9
	2020	13	91	0.143	0.89
	2021	11	91	0.121	0.80
	2022	7	91	0.077	3.31
SIDO	2019	17	91	0.187	2.99
	2020	21	91	0.231	4.27
	2021	23	91	0.253	4.16
	2022	25	91	0.275	7.49
TSPC	2019	13	91	0.143	1.66
	2020	15	91	0.165	1.17
	2021	16	91	0.176	1.28
	2022	17	91	0.187	1.04

**Sumber : Bursa Efek Indonesia (2022)**

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada beberapa perusahaan adanya nilai perusahaan yang mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, hal ini dapat dilihat pada perusahaan MERK dan TSPC di tahun 2022, hal ini menunjukkan penurunan kinerja pada perusahaan sesuai dengan teori oleh Gunardi et al. (2022) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebuah kondisi di mana suatu perusahaan akan mendapat kepercayaan masyarakat dengan kegiatan operasional sejak perusahaan tersebut berdiri, jika mengalami penurunan maka akan berdampak pada kegiatan penjualan dan tentunya kinerja menghasilkan laba perusahaan, penurunan ini dapat disebabkan oleh penurunan laba bersih akibat penurunan penjualan perusahaan dan juga penurunan asset yang dimiliki.

Kemudian pada perusahaan DVLA tahun 2020, KLBF tahun 2020 dan TSPC tahun 2020 untuk *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan, hal ini

mengakibatkan pemberian CSR kepada masyarakat menjadi hal yang belum efektif karena dengan menurunnya nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu membuat perusahaan dalam mengembangkan kegiatan operasional dan usahanya. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Djuitaningsih & Martatilova (2012) yang menyatakan bahwa dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi (2020) dan Nahda & Harjito (2011) menunjukkan bahwa CSR perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas juga dapat dilihat bahwa nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia berfluktuasi dan cenderung mengalami kenaikan.

Dalam penelitian ini juga ditemukan gap penelitian, dimana dalam beberapa penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi (2020) dan Nahda & Harjito (2011) menunjukkan bahwa CSR perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Abdillah et al., (2020) dan Rasyid et al., (2022) yang dalam penelitannya mendapatkan hasil bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**



## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Adanya penurunan nilai perusahaan di setiap tahunnya pada MERK dan TSPC di tahun 2022.
2. *Corporate social responsibility* mengalami peningkatan akan tetapi nilai perusahaan mengalami penurunan pada perusahaan DVLA tahun 2020, KLBF tahun 2020 dan TSPC tahun 2020.
3. Adanya gap hasil penelitian terdahulu terkait hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

## 1.3. Batasan dan Rumusan Masalah

### 1. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini digunakan variabel *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan, dan nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Price Book Value*.

### 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Price Book Value* pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

## 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate*

*Social Responsibility* terhadap *Price Book Value* pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *Price Book Value*.

### **b. Bagi Perusahaan dan Investor**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang akan melakukan pengelolaan keuangannya dalam melakukan pertimbangan aktivitas investasi dan memberikan masukan dalam pemecahan masalah bagi perusahaan terkait dengan kinerja keuangan perusahaan.

### **c. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai bahan referensi, pedoman dan memberikan tambahan pengetahuan untuk dijadikan bahan penelitian terkait dengan *Corporate Social Responsibility*.

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Nilai Perusahaan**

###### **2.1.1.1. Pengertian Nilai Perusahaan**

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan yang digunakan sebagai pengukur keberhasilan suatu perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Martono & Harjito, 2013) Nilai perusahaan adalah gambaran mengenai kondisi perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, tercermin dalam harga saham perusahaan.

Menurut Sartono (2012) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut “Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Menurut Brigham & Houston (2010) “Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi

menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki.

Menurut Fahmi (2014) “Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham”. Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham dan itu juga yang diinginkan pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.

Menurut (Husnan & Pudjiastuti, 2012) nilai perusahaan adalah sebagai berikut “Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan adalah sebuah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan dalam sebuah perusahaan. Sedangkan menurut Husnan & Pudjiastuti (2012) bahwa “Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbelikan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan.



### **2.1.1.2. Tujuan Nilai Perusahaan**

Menurut Sudana (2015) teori-teori dibidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Adapun tujuan memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat yaitu (Sudana, 2015).

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.
2. Mempertimbangkan faktor risiko.
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

### **2.1.1.3. Metode Pengukuran Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. Sutrisno, (2001) mendefinisikan rasio penilaian adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (*investor*) atau pada para pemegang saham. Rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang

akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Fahmi (2014) adalah sebagai berikut:

- 1) *Earning per share* (EPS)
- 2) *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba
- 3) *Price Book Value* (PBV)

#### **2.1.1.4. Pengertian *Price Book Value* (PBV)**

*Price Book Value* (PBV) merupakan salah satu indikator untuk menilai perusahaan. *Price Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. *Price Book Value* (PBV) merupakan perbandingan suatu harga saham dengan nilai buku. *Price Book Value* menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang di investasikan. Sehingga semakin tinggi rasio *Price Book Value* menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Menurut Hery (2015) *Price Book Value* (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai buku ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh, *Price Book Value* sering digunakan sebagai acuan dalam menentukan nilai suatu saham relative terhadap harga saham pasarnya.

Dari beberapa teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Price Book Value* merupakan salah satu indikator utama untuk melihat apakah suatu saham tinggi atau rendah melalui *Price Book Value* kita dapat mengetahui nilai perusahaan tersebut dikarenakan nilai perusahaan tercermin dari nilai buku,

namun *Price Book Value* tidak menjadi acuan yang utama untuk melihat harga sahamnya, kita juga harus melihat rasio-rasio lainnya yang berhubungan dengan harga saham.

#### **2.1.1.5. Pengukuran *Price Book Value***

Tujuan utama perusahaan sebenarnya tidak lagi hanya untuk memaksimalkan profit atau keuntungan, tujuan lain yang ingin dimaksimalkan oleh perusahaan yaitu memakmurkan para pemegang saham dengan memaksimalkan nilai perusahaannya. Jadi konsep utama *Price Book Value* adalah kapitalisasi pasar dibagi oleh nilai buku. Nilai buku dapat dengan basis seluruh perusahaan atau per sahamnya saja. Rasio ini jelas membandingkan nilai pasar terhadap *Price Book Value* berdasarkan laporan keuangan (financial statements).

Menurut Sahar (2012) tujuan *Price Book Value* (PBV) adalah tujuan memaksimalkan nilai perusahaan ternyata dapat memaksimalkan manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu pihak manajemen, pemegang saham, kreditor, pemerintah, konsumen, *supplier*, dan masyarakat lingkungan serta calon investor. Dengan kata lain tujuan ini ternyata memberi manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Saham yang memiliki rasio *Price Book Value* yang besar bisa dikatakan memiliki valuasi yang tinggi (*over value*) sedangkan saham yang memiliki *Price Book Value* dibawah 1 memiliki valuasi yang rendah alias *undervalue*.

Menurut Hani (2014) alat ukur *Price Book Value* yaitu :

$$Price\ Book\ Value = \frac{Price\ Per\ Share}{Book\ Value\ Per\ Share}$$

Adapun contoh perhitungan *Price book value* adalah sebagai berikut :

Sebuah perusahaan memiliki harga pasar per saham sebesar 2820, dan nilai buku per saham sebesar 2700, maka untuk menghitung *Price book value* dengan cara :

$$PBV = \frac{2820}{2700}$$

$$PBV = 1,04$$

## **2.1.2. Corporate Social Responsibility**

### **2.1.2.1. Pengertian Corporate Social Responsibility**

Pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan keuangan tahunan merupakan salah satu perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Menurut Erfani & Nena (2022) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial Raspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Kompleksitas permasalahan sosial (*Social Problems*) yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin. Menurut Kusumawardhany (2022) Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung

jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Pemangku kepentingan akan memberikan dukungan terhadap operasi perusahaan apabila mereka memperoleh imbalan dari perusahaan yang sebanding atau lebih besar dibandingkan dengan kontribusi kepada perusahaan (Saragih, 2022).

Menurut Rudianto dan Famiola (2013) tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dan hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*). CSR tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan CSR diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat efektif.

Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak produk tersebut disihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya (Ardila & Fadhila, 2018). Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun *image* yang baik dimata para *stakeholders* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan. Untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya.

Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, *image* perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat *Price Book Value* juga akan meningkat.

#### **2.1.2.2. Faktor -Faktor yang mempengaruhi *Corporete Social Responsibility***

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut Erfani & Nena (2022) :

- a. Menyangkut *Human Capital* atau pemberdayaan manusia
- b. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan
- c. *Good Corporate Governance*
- d. *Social Cohesion* Artinya dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
- e. *Economic Stregth* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Karakteristik yang dimiliki perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab kepada publik. Adapun karakteristik perusahaan yang menjadi faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, antara lain adalah size (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat leverage,

kendala sosial yang dimiliki, umur perusahaan, profit perusahaan, ukuran dewan komisaris, negara pemilik suatu perusahaan tersebut dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan perusahaan. (Priantinah, 2012).

### **2.1.2.3. Manfaat *Corporate Social Responsibility***

*Corporate social Responsibility* menunjukkan kepedulian dan tingkat sosial yang tinggi dari perusahaan terhadap lingkungannya, adapun manfaat *Corporate social Responsibility* pada perusahaan adalah sebagai berikut Erfani & Nena (2022) :

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.  
Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara mempertimbangkan keputusan terkait dengan mempertahankan dan menjaga reputasi perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.  
Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan berusaha mendapatkan surat izin operasi dan legalitas.
- 3) Mereduksi resiko bisnis perusahaan.  
Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara menguraikan resiko-resiko dan mempersiapkan antisipasinya.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.  
Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara memberikan kesempatan kepada sumber daya mendapatkan akses operasi perusahaanan.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.

Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara membuka kesempatan pasar yang lebih luas.

- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.

Merupakan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dengan cara menguraikan biaya atas dampak-dampak yang dilakukan perusahaan berdasarkan pembuangan limbah perusahaan.

- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*

Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara memperbaiki hubungan dengan stakeholder.

- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.

Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan memperbaiki hubungan dengan regulator.

- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

- 10) Peluang mendapatkan penghargaan.

Merupakan sebuah cara yang dilakukan perusahaan dengan cara memberikan peluang mendapatkan penghargaan.

#### **2.1.2.4. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, sosial). Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.



$$CSR = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan CSR}}{\text{Skor Maksimal}}$$

Adapun contoh perhitungan *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut :

Sebuah perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebanyak 13 item pengungkapan dari total kategori ekonomi, lingkungan, sosial, adapun skor maksimal dari ketentuan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja, maka untuk menghitung *corporate social responsibility* dengan cara :

$$CSR = \frac{13 \text{ item pengungkapan}}{91}$$

$$CSR = 0,142$$

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut :

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	(Karina & Setiadi, 2020)	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi	Hasil analisis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Kedua, Good Coporate Governence sebagai variabel moderating secara signifikan berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan
2	(Nahda &	Pengaruh Corporate	Hasil analisis menunjukkan

	Harjito, 2011)	Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi	bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat
3	(Wahyuni, 2018)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR secara parsial tidak mempengaruhi Price to Book Value (PBV). Sementara itu, Return on Asset (ROA) secara parsial berpengaruh tidak signifikan PBV.

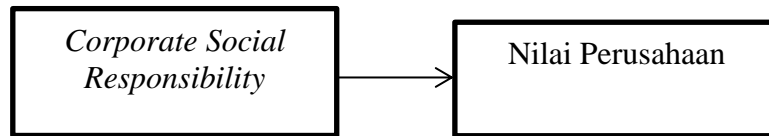
### 2.3. Kerangka Konseptual

*Price Book Value* penting untuk diperhatikan karena tidak pernah tetap, kadang naik, kadang turun. Jika *Price Book Value* naik, maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan begitu juga sebaliknya. *Price Book Value* dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pengungkapan CSR. Investor cenderung lebih tertarik dengan perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai tempat penanaman modal karena semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin.

CSR yang dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan akan memberikan dampak kebermanfaatn bagi masyarakat, dan apabila ini dapat terlaksana bahkan dipublikasikan dengan baik maka akan dapat dilihat oleh pihak masyarakat dan konsumen yang tentunya akan meningkatkan citra perusahaan sehingga dapat meningkatkan *Price Book Value*, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi, (2020), (Wahyuni, 2018) dan (Nahda & Harjito, 2011)

mendapatkan hasil bahwa corporate social responsibility memiliki pengaruh signifikan terhadap *Price Book Value*.

Hubungan tersebut digambarkan sebagai berikut :



**Gambar II.1**

### **Kerangka Konseptual**

#### **2.4. Hipotesis Penelitian**

Dari uraian teori dan penelitian terdahulu di atas, adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu Ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Book Value* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Adapun jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu metode pengukuran data kuantitatif dan statistika objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel (Sugiyono, 2019). Dan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan asosiatif, yaitu penelitian yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini memiliki tingkat level paling tinggi dibandingkan deskriptif dan komparatif karena melalui penelitian ini teori dapat dibentuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan gejala. (Juliandi et al., 2015)

#### **3.2. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan dimensi yang diberikan kepada variabel dengan memberikan makna atau menspesifikasikan aktivitas atau membenarkan operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Juliandi et al., 2015). Data yang diteliti adalah perusahaan Farmasi dengan periode tahun 2018 sampai dengan 2021 yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

##### **a. Variabel Terikat/*Dependent Variable* (Y)**

Variabel dependent dapat disebut dengan variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi, terikat, tergantung dengan variabel lain yaitu variabel bebas (Azwar et al., 2015). Maka variabel dependen yang digunakan untuk penelitian ini adalah Profitabilitas dari perusahaan sektor

Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang akan dipilih sebagai sampel penelitian.

### ***Price Book Value (Y)***

Dalam hal ini Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value*, yaitu Rasio perbandingan harga saham dan nilai buku ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Dengan rumus sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

### ***b. Variabel Bebas/Independent Variable (X)***

Variabel bebas biasa disebut dengan variabel independen. Variabel bebas adalah untuk mempengaruhi atau menjadi variabel yang menyatakan bahwa variabel dependen telah berubah atau variabel dependen telah muncul. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

### ***Corporate Social Responsibility (X)***

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah struktur modal. Dalam metode pengukuran struktur modal menggunakan *Corporate Social Responsibility* menggambarkan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial. Raspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Menurut Kasmir (2016) rumus untuk mencari *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut :

$$CSR = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan CSR}}{\text{Skor Maksimal}}$$

Jumlah pengungkapan CSR : banyaknya kegiatan CSR yang dilakukan yang dilihat dari Catatan atas laporan keuangan terkait CSR.

Skor Maksimal : sebesar 91 sesuai GRI

**Tabel 3.1. Defenisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Price Book to Value (Y)	Price Book to Value yaitu Rasio perbandingan harga saham dan nilai buku ekuitas perusahaan, yang menguku nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.	$PBV = \frac{Price\ Per\ Share}{Book\ Value\ Per\ Share}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	<i>Corporate Social Responsibility</i> yaitu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial Raspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.	$CSR = \frac{Jumlah\ Pengungkapan\ CSR}{Skor\ Maksimal}$	Rasio

Price Per Share : mengukur hubungan antara harga saham dan laba per saham yang dihasilkan oleh perusahaan.

Book Value Per Share : ukuran yang digunakan untuk menilai nilai intrinsic per saham suatu perusahaan berdasarkan nilai buku atau nilai aset bersih perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

### 3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### 2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan Mei 2024 sampai dengan Agustus 2024 :

**Tabel 3.2**  
**Rencana Jadwal Penelitian**

Jadwal Kegiatan	Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survey Pendahuluan	■	■														
Identifikasi Masalah		■	■													
Pengajuan Judul			■	■												
Penyusunan Proposal				■	■	■	■									
Seminar Proposal						■	■	■								
Penyusunan Skripsi								■	■	■	■					
Bimbingan Skripsi										■	■	■				
Sidang Meja Hijau													■	■		

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi penelitian ini merupakan perusahaan sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI. Adapun jumlah populasi dari perusahaan Farmasi adalah sebanyak 12 perusahaan:

**Tabel 3.3.**  
**Populasi Penelitian**

No	Kode	Perusahaan
1	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk
2	INAF	Indofarma (Persero) Tbk
3	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
4	KLBF	Kalbe Farma Tbk

5	MERK	Merck Tbk
6	PEHA	Phapros Tbk
7	PYFA	Pyridam Tbk
8	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk
9	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
10	SOHO	Soho Global Hralth Tbk
11	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
12	SDPC	Millennium Pharmacon Internasional Tbk

Sumber : BEI (data diolah)

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Sampel adalah bagian dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sehingga sampelnya merupakan populasi yang ada, sehingga metode harus digunakan untuk pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yang ada (Sugiyono 2011, hal. 81). Di dalam teknik pengambilan sampel penulis menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode atau pertimbangan tertentu (Ghozali, 2013) Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah :

- a. Perusahaan Farmasi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022.
- b. Perusahaan Farmasi laporan keuangannya dipublikasikan secara lengkap selama 4 tahun berturut-turut.
- c. Perusahaan Farmasi yang dimana laporan keuangan memiliki data yang sesuai yang akan diteliti.

Dari kriteria di atas diperoleh sampel penelitian pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 8 (delapan) perusahaan dengan



mengambil data keuangan selama 4 (empat) tahun sehingga akan menghasilkan 32 (tiga puluh dua) data.

**Tabel 3.4.**  
**Sampel Penelitian**

<b>Kode</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk
KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
KLBF	Kalbe Farma Tbk
MERK	sMerck Tbk
PYFA	Pyridam Tbk
SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
SDPC	Millennium Pharmacon Internasional Tbk

Sumber : BEI (data diolah)

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode dalam mengumpulkan data dengan cara yang telah digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang akan diteliti (Azwar et al., 2015).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi mengumpulkan data, dari Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media internet yang diambil langsung dari website Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) . Data-data yang diperlukan pada penelitian ini merupakan data laporan keuangan selama 5 tahun berjalan yang berhubungan dengan variabel penelitian adalah data tentang Inflasi, Profitabilitas dan Perencanaan Pajak yang berpengaruh terhadap *Return Saham*.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Menurut Ikhsan (2014) analisa data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data. Proses analisa data umumnya terdiri dari beberapa tahap : Pertama adalah tahap persiapan data, yang termasuk dalam tahap ini adalah melakukan pengeditan data, pemberian kode dan memasukkan (*input*) data. Manfaat yang dapat diambil dari kegiatan ini yaitu mampu menjamin akurasi dari data mulai dari data mentah ke bentuk-bentuk yang lebih layak di analisis. Kedua, mempersiapkan ringkasan statistik deskriptif sebagai langkah awal untuk memahami pengumpulan data. Pada penelitian ini penulis menggunakan pengolahan data software SPSS versi 25 .

#### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk menarik kesimpulan yang berlaku secara generalisasi (Sugiyono, 2016). Metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga menaksir kualitas data berupa jenis variabel, ringkasan statistik (*mean, median, modus, standar deviasi*), distribusi, dan representasi bergambar (*grafik*), tanpa rumus probabilitistik.

#### **2. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk

jumlah sampel kecil. Salah satu metode ujinya adalah dengan menggunakan metode analisis grafik, baik secara normal plot atau grafik histogram, dengan acuan sebagai berikut: Jika informasi menyebar dari sudut ke sudut dan mengikuti arah dari sudut ke sudut atau grafik histogram menunjukkan desain alat angkut yang khas, maka gejala kambuh memenuhi asumsi dari normalitas.

Dalam hal penyebaran informasi jauh dari garis sudut ke sudut dan atau tidak mengikuti arah garis sudut ke sudut atau grafik histogram tidak tampak desain penyebaran biasa, maka indikasi kekambuhan tidak memenuhi anggapan biasa-biasa saja. Selain dengan analisis grafik, uji normalitas dapat juga dilihat dengan analisis secara statistik dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan ketentuan jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel lebih kecil dari nilai signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) yang telah ditetapkan maka data terdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan ( $\alpha = 0,05$ ), maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2016).

### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (*kriterium*), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2017).

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

$$Y = \text{Price Book Value}$$

a = konstanta

X = *Corporate Social Responsibility*

e = Standard Error

#### 4. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji t ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , tingkat signifikansi lebih besar dari  $\alpha 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Analisis Data

Data dalam penelitian ini adalah data sekunder dimana data ini dibagi atas variabel independen dan variabel dependen. Data tersebut di peroleh dari laporan keuangan perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI yang menjadi sampel penelitian sejak tahun 2019-2022.

**Tabel 4.1**  
**Sampel Penelitian Perusahaan Farmasi Terdaftar di BEI**

<b>Kode</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk
KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
KLBF	Kalbe Farma Tbk
MERK	sMerck Tbk
PYFA	Pyridam Tbk
SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
SDPC	Millennium Pharmacon Internasional Tbk

##### 1) *Price Book Value*

Dalam penelitian ini *Price Book Value* diukur dengan menggunakan *Price book value*, dimana rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penilaian harga saham karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki, semakin besar nilai *Price book value* menunjukkan kemampuan perusahaan yang baik dalam menghasilkan nilai harga saham.

Adapun perkembangan *Price book value* pada perusahaan farmasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
***Price Book Value* Pada Perusahaan Farmasi Terdaftar di BEI**

No	Kode	Nama Perusahaan	<i>Price Book Value</i>			
			2019	2020	2021	2022
1	DVLA	Darya Varia	0,33604	0,45201	0,52289	0,67522
2	KAEF	Kimia Farma	0,28133	1,21714	0,28088	3,24910
3	KLBF	Kalbe farma	0,00493	0,00560	0,00467	0,00556
4	MERK	Merck	0,20648	0,01028	0,00693	0,00784
5	PYFA	Pyridam Farma	0,00027	0,00027	0,00118	0,00113
6	SDPC	Millenium Pharmacon	0,00001	0,00001	0,00002	0,00002
7	SIDO	Industri jamu dan Farmasi Sidomuncul	0,00168	0,00255	0,000160	0,00173
8	TSPC	Temp Scan Pacific	0,00003	0,00003	0,00003	0,00003

**Sumber : Laporan Keuangan (2024)**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai *Price book value* yang rendah dan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, adapun nilai *Price book value* tertinggi berada pada perusahaan KAEF, dimana pada tahun 2019 sebesar 0,28133, kemudian pada tahun 2020 sebesar 1,21714 , pada tahun 2021 sebesar 0,28088 dan pada tahun 2022 sebesar 3,24910, hal ini menunjukkan bahwa harga saham akan menunjukkan penilaian yang baik terhadap sebuah perusahaan bagi investor. Kemudian *Price book value* terendah berada pada perusahaan SDPC, dimana pada tahun 2019 sebesar 0,00001, kemudian pada tahun 2020 sebesar 0,00001 , pada tahun 2021 sebesar 0,00002 dan pada tahun 2022 sebesar 0,00002, hal ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan memiliki kemampuan yang rendah dalam memberikan kepercayaan berinvestasi kepada investor.

## 2) *Corporate Social Responsibility*

*corporate social responsibility* yang menggambarkan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial raspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Adapun *corporate social responsibility* perusahaan farmasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**  
***Corporate Social Responsibility* Perusahaan pada Perusahaan Farmasi Terdaftar di BEI**

Perusahaan	Tahun	Jumlah pengungkapan	Skor maksimal	CSR
DVLA	2019	5	91	0.055
	2020	7	91	0.077
	2021	8	91	0.088
	2022	7	91	0.077
KAEF	2019	7	91	0.077
	2020	6	91	0.066
	2021	6	91	0.066
	2022	7	91	0.077
KLBF	2019	9	91	0.099
	2020	11	91	0.121
	2021	12	91	0.132
	2022	11	91	0.121
MERK	2019	3	91	0.033
	2020	3	91	0.033
	2021	5	91	0.055
	2022	4	91	0.044
PYFA	2019	5	91	0.055
	2020	5	91	0.055
	2021	6	91	0.066
	2022	7	91	0.077
SDPC	2019	11	91	0.121
	2020	13	91	0.143
	2021	11	91	0.121
	2022	7	91	0.077
SIDO	2019	17	91	0.187
	2020	21	91	0.231
	2021	23	91	0.253
	2022	25	91	0.275

	2019	13	91	0.143
	2020	15	91	0.165
	2021	16	91	0.176
TSPC	2022	17	91	0.187

**Sumber : Laporan Keuangan (2024)**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR tertinggi berada pada perusahaan SIDO dimana pada tahun 2019 memiliki skor pengungkapan sebesar 17 item, kemudian pada tahun 2020 sebesar 21 item, pada tahun 2021 sebesar 23 item dan pada tahun 2022 sebanyak 25 item. Adapun perusahaan dengan pengungkapan CSR terendah yaitu perusahaan MERK, dengan pengungkapan CSR pada tahun 2019 sebesar 3 item, 2020 sebesar 5 item, pada tahun 2021 sebesar 4 item dan pada tahun 2022 sebesar 5 item.

#### **b. Statistik Deskriptif**

Menurut (Ghozali, 2016b), statistik deskriptif dapat mendeskriptifkan suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness. Pengujian statistic deskriptif merupakan proses analisis yang merupakan proses menyeleksi data sehingga data yang akan dianalisis memiliki distribusi normal. Deskripsi masing-masing variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Price book value	32	.00001	3.24910	.2274213	.61252029
Corporate Responsibility	32	.03300	.27500	.1110313	.06373508
Valid N (listwise)	32				

Sumber : Data diolah SPSS 2024



Dari hasil pengujian *statistic deskriptif* pada tabel di atas dapat diketahui:

*Corporate social responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 0,033, nilai maksimum sebesar 0,275 dan mean sebesar 0,111 dengan standar deviasi sebesar 0,063. Kemudian *Price book value* memiliki nilai minimum sebesar 0,00001, nilai maksimum sebesar 3,24910 dan mean sebesar 0,2274213 dengan standar deviasi sebesar 0,612.

## 2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini terdapat 1 (satu) variabel independen yaitu *Corporate social responsibility*, dan 1 variabel dependen yaitu *Return on asset*. Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

**Tabel 4.5**  
**Uji Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.909	1.300		-2.238	.033
	Corporate Social Responsibility	-25.377	10.193	-.414	-2.490	.019

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 21.0 diatas akan didapat persamaan regresi berganda model regresi sebagai berikut :

$$PBV = -2,909 - 25,377X_1 + e$$

Analisis regresi dilakukan untuk melihat arah hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen, apakah hubungannya positif atau negatif,

ketika nilainya negatif artinya arah hubungannya berlawanan dan jika nilainya positif maka arah hubungannya searah. Berdasarkan persamaan regresi tersebut dianalisis pengaruh CSR terhadap PBV yaitu :

1. PBV memiliki nilai konstanta sebesar -2,909, artinya jika CSR dianggap nol maka PBV bernilai sebesar -2,909.
2. CSR memiliki nilai regresi negatif 25,377 yang artinya arah hubungan CSR terhadap PBV adalah negatif atau berlawanan . Sehingga ketika nilai CSR mengalami peningkatan maka PBV akan mengalami penurunan.

### **3. Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian diuji adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda dianalisis dengan menggunakan model regresi linear untuk melihat pengaruh masing-masing variabel terhadap Harga Saham dengan menggunakan t-test dan f-test:

#### **a. Uji signifikansi parsial (t-test)**

Pengujian t-test digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk menguji apakah dividen dan EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham, maka hipotesisnya :

$H_0 : \beta_1 = 0$  (tidak ada pengaruh dividen dan EPS terhadap harga saham)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  (ada pengaruh signifikan dividen dan EPS terhadap harga saham)

Terima  $H_1$  jika nilai probabilitas  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , dan nilai Sig  $> 0,05$

Terima  $H_0$  jika nilai probabilitas  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dan nilai Sig  $< 0,05$

Tabel 4.6 Uji t

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.909	1.300		-2.238	.033
	Corporate Social Responsibility	-25.377	10.193	-.414	-2.490	.019

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi CSR berdasarkan uji  $t_{sig}$  diperoleh sebesar 0.019 (Sig 0.019 <  $\alpha$ 0.05) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (-2,490 > 1,69) dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Kesimpulannya ada pengaruh signifikan CSR terhadap PBV.

#### b. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Identifikasi koefisien determinasi ditunjukkan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas teliti dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin kecil atau mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil.

**Tabel 4.7**  
**Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.414 <sup>a</sup>	.171	.144	3.61695	.171	6.199	1

Dari hasil uji Adjusted R Square dapat dilihat bahwa 0.144 dan hal ini menyatakan bahwa pengaruh CSR terhadap PBV adalah sebesar 14,4%, yang artinya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *Price book value* memiliki hubungan yang rendah yaitu hanya sebesar 14,4%, sedangkan sisanya 85,6 % PBV dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **4.2. Pembahasan**

### **1. Pengaruh *Corporate Social Resposnsibility* terhadap *Price book value* pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI**

*Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan akan membuat masyarakat dan lingkungan akan respon positif bagi perusahaan hal ini membuat daya beli masyarakat membaik dan akan membutuhkan kepedulian masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga meningkatkan produktivitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Susiloadi (2008) bahwa *Corporate Social Responsibility* dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan memberikan banyak keuntungan diantaranya peningkatan *Price Book Value* bagi perusahaan dan kinerja *financial* yang semakin jadi lebih baik.

*Price Book Value* penting untuk diperhatikan karena tidak pernah tetap, kadang naik, kadang turun. Jika *Price Book Value* naik, maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan begitu juga sebaliknya. *Price Book Value* dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pengungkapan CSR. Investor cenderung lebih tertarik dengan perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai tempat penanaman modal karena semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin. Jadi dapat kita simpulkan apabila *Price Book Value* mengalami peningkatan, maka perusahaan akan melakukan peningkatan pengungkapan CSR demikian sebaliknya perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan tingkat yang rendah akan memberikan dampak penurunan *Price Book Value*.

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi CSR berdasarkan uji  $t_{sig}$  diperoleh sebesar 0.019 (Sig 0.019 <  $\alpha$ 0.05) dan  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  (-2,490 > -1,69) dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Kesimpulannya ada pengaruh signifikan CSR terhadap PBV.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Karina & Setiadi, (2020), Wahyuni, (2018) dan Nahda & Harjito, (2011) mendapatkan hasil bahwa corporate social responsibility memiliki pengaruh signifikan terhadap *Price Book Value*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan melakukan aktivitas sosial maka akan memberikan dampak terhadap brand atau peningkatan nama baik sebuah perusahaan, sehingga semakin banyak aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan maka akan memberikan kesan baik kepada masyarakat dan

konsumen, kemudian produk yang dihasilkan juga akan memiliki brand yang positif sehingga minat beli terhadap produk tersebut meningkat, kemudian ketika penjualan mengalami peningkatan tentunya akan menghasilkan laba yang lebih tinggi, hal inilah yang akan meningkatkan *Price book value* dari perusahaan.

.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Hasil penelitian dilihat dari uji statistik dengan menggunakan uji regresi, uji hipotesis, dan uji determinasi yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Price book value* pada perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI.
2. Pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap *Price book value* memiliki hubungan yang rendah yaitu hanya sebesar 33,1%, sedangkan sisanya 66,9 % PBV dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya antara lain:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan periode penelitian yang lebih panjang sehingga diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih akurat dan dapat digeneralisasi.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang turut mempengaruhi PBV.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak dengan karakteristik yang lebih beragam dari berbagai sektor sehingga hasilnya lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R., Afriana, R. A., & Rahmah, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris Dan Tipe Industri Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Plastik Dan Kemasan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2018. *Jurnal DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 409–423.
- Ardila, I., & Fadhila, N. F. N. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Ardila, I., & Sembiring, M. (2022). Profitability, Corporate Social Responsibility Disclosure And Good Corporate Governance. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 2(2), 255–258.
- Ayem, S., & Nurasjati, P. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. In *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. repository.upy.ac.id.
- Azwar, J., Irfan, I., & Saprial, M. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.
- Devita, H. (2018). *Analisis Sistem e-SPT pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Tuban*. 7(2), 44–68.
- Dewi, I. R., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (2014). Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(1).
- Djuitaningsih, T., & Martatilova, D. S. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Kepemilikan Manajemen, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Bisnis Universitas Widyatama. Bandung*.
- Erfani, M., & Nena, Y. (2022). Pengaruh Intellectual Capital (IC), Good Corporate Governance (GCG), Dan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *BURSA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 24–37.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (VII)*. badan penerbit universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat (7th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Modal Kerja Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis UMSU*, 11(2).
- Hery, H. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Bumi Aksara.
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2012). Dasar-dasar manajemen keuangan edisi keenam. *Yogyakarta: Upp Stim Ykpn*.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Umsu Press.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan



- Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Kesembilan). Raja Grafindo Persada.
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(1), 17–25.
- Kusumawardhany, S. I. (2022). Bentuk Tanggung Jawab Sosial Pada UMKM Industri Tahu di Kabupaten Kediri. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 2(1), 53–67.
- Nahda, K., & Harjito, D. A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art1>
- Nainggolan, E. P., & Febriansyah, A. R. (2021). Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Biaya Operasional terhadap PPh Badan Terutang pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 27–33.
- Rahmawati, A. D. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, Dan Building Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2).
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 136–156.
- Saragih, F. (2022). CSR: Analisis Dampak Pada Profitabilitas Perusahaan Konstruksi. *Prosiding Seminar Nasional USM*, 3(1), 64–73.
- Siregar, S. A., & Lufriansyah, L. (2018). Analisis Determinan Profitabilitas Di Bursa Efek Indonesia. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Sudana. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktek*. Airlangga.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno. (2001). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Ekonesia.
- Syukron, A. (2015). CSR dalam perspektif Islam dan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5(1), 1–22.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109–117. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2371>