



“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT BANK PANIN DUBAI SYARIAH TBK”

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S-1)
Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh:

FERA YUNITA SARI
NIM 1830401042

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2022 M/1444 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Fera Yunita Sari, NIM 1830401042, judul: **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke tahap Sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Juli 2022

Ketua Jurusan,
Perbankan Syariah

Pembimbing



Elmilivani Wahyuni, M.E.Sy
NIP.19880330 201801 2 002



Hj. Elfina Yenti, SE., Ak., M.Si., CA
NIP. 19740623 200003 2 002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Mahmud Yunus Batusangkar


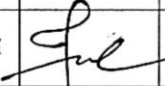



Dr. Hj. Rizal, M.Ag., CRP
NIP.19731007 200212 1 001

PENGESAHAN TIM PUNGUJI

Skripsi yang ditulis oleh Fera Yunita Sari, NIM: 1830401042, judul: "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk" telah diuji dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 03 Agustus 2022.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

| No | Nama/NIP Penguji | Jabatan dalam Tim | Tanggal Persetujuan | Tanda Tangan |
|----|---|-------------------|--|---|
| 1. | Hj. Elfina Yenti, SE., Ak., M. Si., CA 19740623 200003 2 002 | Ketua | 10-8-2022 |  |
| 2. | Dr. Nofrivul, SE., MM 19670624 200312 1 001 | Anggota I |  | 16/08'22 |
| 3. | Desy Farina, SE., M. Si - | Anggota II | 15/8 22 |  |

Batusangkar, Agustus 2022
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP: 19731007 200212 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fera Yunita Sari
NIM : 1830401042
Tempat/Tanggal Lahir : Bidar Alam, 29 Juni 1998
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk adalah hasil karya saya sendiri bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Juli 2022
Penulis


Fera Yunita Sari
1830401042

ABSTRAK

Fera Yunita Sari, NIM 1830401042. Judul Skripsi: **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk”**. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiasi kausal yang menggunakan data sekunder dari laporan keuangan serta laporan tahunan perusahaan dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik non parametrik.

Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dengan uji Binomial dapat dilihat bahwa nilai proporsi uji (test prop.) = 0,50. Proporsi pengamatan untuk CSR = 0,50 dan untuk Tobin's Q = 0,50. Hasil nilai peluang ekstrak binomial 2 arah (Exact Sig. (2-tailed) atau *p* – value adalah 1,000 besar dari 0,05 maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Identifikasi Masalah 6

C. Batasan Masalah..... 6

D. Rumusan Masalah 7

E. Tujuan Penelitian 7

F. Manfaat dan Luaran Penelitian 7

G. Defenisi Operasional..... 8

BAB II KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori..... 10

1. Nilai Perusahaan..... 10

2. *Corporate Social Responsibility*(CSR) 16

3. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan..... 33

B. Penelitian Yang Relevan 34

C. Kerangka Berpikir..... 36

D. Hipotesis..... 36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 38

B. Tempat dan Waktu Penelitian 38

C. Populasi dan Sampel 39

| | |
|----------------------------------|----|
| D. Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 30 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Deskripsi Data..... | 44 |
| 1. Sejarah Singkat dan Profil PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk | 44 |
| 2. Visi dan Misi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk | 45 |
| 3. Logo PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk..... | 46 |
| 4. Bidang Usaha PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk..... | 46 |
| 5. Produk dan Layanan PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk..... | 49 |
| 6. Struktur Organisasi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk..... | 55 |
| B. Hasil Analisis Data..... | 56 |
| 1. Pengungkapan CSR..... | 56 |
| 2. Nilai Perusahaan..... | 58 |
| 3. Uji Kolmogorov Smirnov | 59 |
| 4. Uji Run (Run Test) | 59 |
| 5. Uji Binomial | 60 |
| C. Pembahasan | 61 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 63 |
| B. Saran..... | 63 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
|-----------------------------|-----------|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan PT Bank Panin Dubai Syariah..... | 5 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian | 39 |
| Tabel 4.1 Indikator Pengungkapan CSR | 56 |
| Tabel 4.2 Pengungkapan CSR..... | 57 |
| Tabel 4.3 Rasio Tobin's Q..... | 58 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov | 59 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Run (Run Test) | 60 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Binomial..... | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Logo PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk | 46 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi | 55 |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam beroperasi tidak akan pernah lepas dari pengaruh masyarakat dan lingkungan. CSR dilakukan agar keberlangsungan perusahaan tetap terjaga, dan pada akhirnya pembangunan berkelanjutan akan tercipta dengan sendirinya. CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk membangun ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. (Yasir, 2017: 3)

Menurut (Ardiyanto, 2017) CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban untuk *stakeholder* eksternal maupun internal yang diberikan oleh perusahaan. Tanggung jawab tersebut diinginkan agar dapat memberikan hubungan timbal balik terhadap *stakeholder* dan lingkungannya sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan teori *Stakeholder* maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *Stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*. (Hadi, 2011: 210-213)

CSR merupakan keharusan bagi perusahaan yang ingin terus berkembang. Komitmen yang diimplementasikan dalam bentuk program CSR dapat mencegah munculnya gesekan sosial yang dapat merugikan perusahaan maupun masyarakat. Jika CSR dilaksanakan dengan baik, akan berdampak positif terhadap keberlangsungan perusahaan. Selain itu, CSR juga dapat menjadi bagian dari pembangunan citra perusahaan. Di Negara-negara maju, CSR merupakan salah satu prasyarat bagi sebuah perusahaan untuk mendapatkan pinjaman dari bank. Saat ini masih banyak perusahaan yang melakukan CSR hanya sebagai peredam gejolak dan ini memiliki banyak risiko seperti menciptakan ketergantungan, psikologi “tidak pernah cukup”,

dan tidak mendidik, tidak berprogram, dan tidak akan berkelanjutan. (Ratnaningsih, 2015: 4-6)

Perusahaan sebagai sebuah entitas badan hukum memiliki tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Dalam praktiknya selama ini masih terdapat beberapa perusahaan yang melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR hanya bersifat sukarela (*voluntary*) yang tidak memiliki komitmen berkelanjutan. Survei dari Harian Kompas tentang penerapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR tahun 2007 menyebutkan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR hanya dilakukan \pm 30% dari keseluruhan perusahaan yang beroperasi di Indonesia, dan kegiatannya sendiri lebih terfokus pada kedermawanan (*philanthropy*) dan kemurahan hati (*charity*) dalam rangka membantu korban bencana alam. (Azheri, 2007: 7). Padahal kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan suatu komitmen bersama yang berkelanjutan dari seluruh *stakeholders* perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial. (Nadapdap, 2012: 138)

Adapun fenomena CSR yang terjadi di Indonesia, diantaranya sebagai berikut: Mahasiswa dan sejumlah organisasi masyarakat (ormas) di Balikpapan, Kalimantan Timur demo didepan Kantor PT Bayan Resource terkait dana CSR Rp 200 miliar yang disalurkan ke Jawa. Demo yang terjadi pada Rabu 18 Mei 2022 tersebut sebagai bentuk kekecewaan terhadap PT Bayan Resource yang terungkap telah menyalurkan dana CSR Rp 200 miliar keluar Kaltim. Padahal perusahaan tambang itu berada di wilayah Kaltim. Menurut massa dana Rp 200 miliar yang diberikan PT Bayan Resource ke kampus dipulau Jawa sangat merugikan masyarakat Kaltim. Sebab, dana tersebut merupakan hasil dari pengerukan batu bara di wilayah Kaltim. (www.detik.com diposting pada: 19 Mei 2022, diakses pada 23 Mei 2022)

Dalam UU No.40 Pasal 74 Tahun 2007 dijelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR. Keberadaan tanggung jawab sosial atau CSR ini merupakan suatu bentuk terobosan yang memiliki fungsi untuk saling mendukung antara perusahaan dengan masyarakat untuk terwujudnya kegiatan sosial dan bisnis yang baik suatu perusahaan. (Ulaika, 2015: 2)

Bersumber pada *Annual Report* PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk, meyakini bahwa kesinambungan usaha tidak hanya diperoleh melalui pencapaian target-target finansial semata. Perusahaan juga menyadari bahwa keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis bukan hanya dipengaruhi faktor internal, melainkan juga oleh masyarakat sekitar lingkungan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk memiliki kewajiban moral untuk memberi manfaat, termasuk memperbesar akses bagi masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas hidup yang baik. (<https://www.paninbanksyariah.co.id>)

Bank senantiasa berupaya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan memberi dampak positif kepada lingkungan masyarakat sekitar dan seluruh pemangku kepentingan. Tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan bank senantiasa berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, antara lain sebagai berikut:

1. Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas,
2. Undang- Undang Republik Indonesia No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,
3. Undang- Undang Republik Indonesia No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan,
4. Undang- Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas,
5. Peraturan OJK No.1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan.

Berdasarkan Undang- Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, bentuk badan hukum bank syariah adalah perseroan terbatas (pasal 7). Oleh karena itu, pelaksanaan CSR di perbankan syariah memiliki dasar hukum yang kuat, karena bank syariah tunduk pada Undang- Undang perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu indikasi bahwa perusahaan tersebut sehat secara keuangan serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dari konsumen dan masyarakat terhadap produk maupun jasa yang di produksi dan di pasarkan. (Muhammad Tho'in, 2017: 125)

Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan bisa dilihat dari nilai perusahaan yang bersangkutan. Selain itu, nilai perusahaan juga menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan. Menurut Borolla (2011) dalam Loh Wenny Setiawati dan Melliana Lim menyatakan bahwa suatu perusahaan didirikan untuk meningkatkan kemakmuran dari pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, kemakmuran para pemegang saham juga akan lebih terjamin, nilai perusahaan yang tinggi memberikan *return* yang lebih besar juga kepada para pemegang saham. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika nilai perusahaan semakin tinggi, kemakmuran yang dirasakan oleh pemegang saham juga semakin tinggi dan keinginan investor untuk berinvestasi akan meningkat. (Setiyani, 2019: 1)

Perusahaan hanya akan mengungkapkan suatu informasi apabila informasi tersebut bisa menaikkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. (Mustofa, 2020: 34)

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan

lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat didalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan tersebut. (Sartika, 2017: 2)

Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatn informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan dimasa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal positif terhadap naiknya harga saham. Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio-rasio yang digunakan adalah *Price Earning Ratio* (PER), Tobin's Q dan *Price to Book Value* (PBV). Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa depan. Dalam penelitian ini digunakan rasio Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan. (Agustin, 2013: 9)

Tabel 1.1
Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan PT Bank Panin
Dubai Syariah Tbk Tahun 2015-2020

| No | Tahun | Pengungkapan CSR | Nilai Perusahaan Tobin's Q |
|----|-------|------------------|----------------------------|
| 1. | 2015 | 0,151 | 0,119 |
| 2. | 2016 | 0,151 | 0,398 |
| 3. | 2017 | 0,202 | 0,214 |
| 4. | 2018 | 0,151 | 0,173 |
| 5. | 2019 | 0,227 | 0,159 |
| 6. | 2020 | 0,215 | 0,338 |

Sumber: Annual Report PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan yang di ukur dengan menggunakan rasio Tobin's Q mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada tahun 2018 dan tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Nilai perusahaan yang di ukur dengan rasio Tobin's Q juga mengalami penurunan pada tahun 2017, 2018, dan 2019.

Nilai perusahaan berlaku untuk semua perusahaan, termasuk perbankan syariah, salah satunya adalah PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk. PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk merupakan Bank Umum Syariah pertama yang terdaftar di Burse Efek Indonesia atau melakukan *Initial Public Offering* (IPO) diantara Bank Umum Syariah yang lainnya seperti Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah Tbk (BTPS) dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS). Pencatatan saham PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk di Bursa dilakukan pada 15 januari 2014 dengan jumlah 4.750.000.000 saham dengan harga Rp 100 per lembar dan menerbitkan 950.000.000 waran Seri 1. (<https://www.paninbanksyariah.co.id>)

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian apakah pengungkapan CSR mempengaruhi nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk. Oleh karena itu, penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan dapat diidentifikasi permasalahan yang dapat diteliti yaitu:

1. Dalam praktiknya selama ini masih terdapat beberapa perusahaan yang melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR hanya bersifat sukarela yang tidak memiliki komitmen berkelanjutan

2. Pada tahun 2018 pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan mengalami penurunan
3. Nilai perusahaan yang diukur dengan Rasio Tobin's Q mengalami penurunan pada tahun 2017, 2018, dan 2019.

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang ada, dan mengingat keterbatasan kemampuan penulis baik dari segi biaya maupun tenaga, maka penulis hanya membatasi penelitiannya pada “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat penelitian
 - a. Bagi penulis
 - 1) Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
 - 2) Sebagai wadah untuk aplikasi teori-teori yang telah diperoleh pada bangku perkuliahan dan dijadikan sebagai alat pembahasan.

- 3) Untuk menambah wawasan penulis tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan terutama pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.
- b. Bagi pihak akademik
- 1) Untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai dasar penelitian selanjutnya
 - 2) Untuk tambahan wacana akademik di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar
- c. Bagi pihak masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk tahun 2015-2020.

2. Luaran penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah dan dipublikasikan sehingga bisa dijadikan pedoman untuk penelitian selanjutnya.

G. Defenisi Operasional

Menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka perlu diberikan penjelasan mengenai variabel-variabel yang tercantum di dalam judul penelitian sebagai berikut:

Corporate Social Responsibility(CSR), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. (Syukron, 2015: 3-4).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen, kerjasama

bentuk kepedulian atau tanggung jawab sosial antara perusahaan atau bank dengan masyarakat ataupun lembaga sekitar baik dalam hal pendidikan, lingkungan, dan lain sebagainya dengan manfaat untuk perusahaan dan masyarakat umum.

Nilai Perusahaan adalah suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yakni sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. (Muatofa, 2020: 34).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan adalah gambaran dari suatu perusahaan terhadap keberhasilan perusahaan tersebut selama perusahaan itu ada, serta dapat digunakan oleh para investor sebagai pedoman untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai

Secara etimologi, nilai memiliki sepadan dengan kata *value* dalam bahasa Inggris. *Value* berasal dari bahasa latin *valare* atau *valoir* dalam bahasa Perancis kuno yang berarti nilai atau harga. Secara terminologi, Poerwadarminta mendefinisikan nilai sebagai hal-hal yang penting dan berguna bagi kemanusiaan. (Fakhrudin, 2014: 83)

Menurut Mulyana, nilai adalah rujukan dan keyakinan dalam menentukan pilihan. Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan sehingga melahirkan tindakan pada diri seseorang.

Menurut Frankel, nilai adalah standar tingkah laku, keindahan, keadilan, kebenaran, dan efisiensi yang mengikat manusia dan sepatutnya untuk dijalankan dan dipertahankan. (Sukitman, 2016:86-87)

b. Pengertian Perusahaan

Dikutip oleh Zainal Asikin yang merujuk dari Ensiklopedia Bebas Wikipedia, perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi, perusahaan ada yang terdaftar dipemerintah dan ada pula yang tidak dan bagi perusahaan yang terdaftar dipemerintah mereka mempunyai badan usaha untuk perusahaannya dan badan usaha itu adalah status dari perusahaan tersebut yang terdaftar dipemerintah secara resmi. (Asikin, 2016: 4)

Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan menjelaskan:

- 1) Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum baik milik swasta maupun milik Negara yang

mempekerjakan pekerja atau buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

- 2) Perusahaan merupakan usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan adalah semua jenis usaha yang berjalan terus-menerus, secara terang-terangan terbuka, yang berbadan hukum atau tidak, baik milik perseorangan atau milik persekutuan dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, serta mempekerjakan pekerja atau buruh dengan membayarkan dalam bentuk upah atau dalam bentuk lainnya.

c. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah keputusan pendanaan, kebijakan deviden, keputusan investasi, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Faktor tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan yang tidak konsisten. (Stacia dan Juniarti, 2015: 84)

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan

utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kesejahteraan pemilik atau para pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham dipasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan dipasar, yang merupakan refleksi penilaian publik terhadap kinerja perusahaan secara *rill*. Dikatakan secara *rill* karena terbentuknya harga saham dipasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan pemerintah dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara *rill* terjadi transaksi jual beli surat berharga dipasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut sebagai *ekuilibrium* pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham dipasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan. (Harmono, 2014: 50)

Adapun tujuan dari perusahaan yang dirangkum dari pendapat beberapa ahli keuangan yaitu:

- 1) Memaksimalkan nilai perusahaan

Tujuan manajer keuangan dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan adalah memaksimalkan nilai saham perusahaan. Batasan tujuan pemaksimalan nilai perusahaan secara umum menunjukkan pemaksimalan harga saham, dengan demikian konsep nilai perusahaan dapat diprosikan melalui harga saham perusahaan. Tercapai tidaknya tujuan ini dapat dilihat dan diukur dari harga saham perusahaan yang bersangkutan dari waktu ke waktu. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbelikan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan.

2) Memaksimalkan Laba

Memaksimalkan laba adalah memaksimalkan penghasilan perusahaan setelah pajak. Dengan laba yang maksimal, maka tujuan mensejahterakan para *stakeholder* akan mudah tercapai.

3) Menciptakan Kesejahteraan bagi Stakeholder

Tujuan membangun kesejahteraan bagi stakeholder adalah meningkatkan kualitas hidup melalui peningkatan kesejahteraan dan kesehatan kepada pemegang saham, manajemen, pelanggan, kreditor, supplier, dan masyarakat. Kesejahteraan pemegang saham akan meningkat dengan meningkatnya nilai perusahaan. Artinya dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti akan meningkatkan nilai saham yang dimilikinya baik dari segi harta, maupun perolehan pembagian deviden.

4) Menciptakan Citra Perusahaan

Tujuan meningkatkan citra perusahaan adalah mengubah *image* (pandangan) masyarakat dan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, sehingga memiliki sikap dan pandangan yang positif terhadap perusahaan. Dengan demikian, segala aktivitas perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari berbagai pihak dan diharapkan umur hidup perusahaan akan bertambah panjang.

5) Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial

Meningkatnya nilai saham perusahaan ikut meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus menyisihkan keuntungan tersebut kepada masyarakat dan lingkungannya, melalui tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dituangkan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR). (Kasmir, 2010: 9)

Adapun beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah:

1) *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan. Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share*-nya. *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*. (Brigham dan Houston, 2006: 110)

2) Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantinya. Menurut konsepnya rasio Q lebih unggul dari pada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. (Margaretha, 2014: 20)

Tobin's Q adalah indikator untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya tentang nilai perusahaan yang menunjukkan suatu performa manajemen dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai Tobin's Q menggambarkan suatu kondisi peluang investasi yang dimiliki perusahaan atau potensi pertumbuhan perusahaan.

Nilai Tobin's Q dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham dan nilai pasar hutang dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi, maka Tobin's Q dapat digunakan untuk mengukur kinerja

perusahaan, yaitu dari sisi potensi nilai pasar suatu perusahaan. (Poluan, 2019: 5)

$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{MVE (Nilai Kapitalisasi Pasar Saham) + Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

MVE = Harga Saham Penutupan X Jumlah Saham Yang Beredar

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan menggunakan *Thobin's Q* rasio.

3) *Price To Book Value* (PBV)

Price To Book Value (PBV) adalah rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Linda dan Syam (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang dapat beroperasi dengan baik, umumnya memiliki rasio PBV diatas satu, yang menunjukkan nilai pasar saham lebih tinggi dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV, maka semakin tinggi pula perusahaan dinilai oleh investor yang berakibat positif pada *return* perusahaan.

Price To Book Value (PBV) merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga saham terhadap nilai bukunya. Rasio PBV yang berada di atas nilai 1 menunjukkan nilai saham perusahaan dinilai diatas nilai pasarnya. *Return* saham merupakan hasil yang diperoleh dari kegiatan investasi yang dapat berupa *capital gain* dan deviden.

Semakin tinggi rasio PBV suatu perusahaan menunjukkan semakin tinggi pula nilai pasar saham suatu perusahaan apabila dibandingkan dengan nilai bukunya. Hal

ini akan menyebabkan semakin tinggi pula perusahaan dinilai oleh para investor. Apabila suatu perusahaan dinilai lebih tinggi oleh investor, maka harga saham perusahaan yang bersangkutan akan semakin meningkat di pasar, yang pada akhirnya *return* saham tersebut akan meningkat pula. (Sugiarto, 2011. Hal: 9 dan 13)

Price To Book Value yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. (Brigham dan Houston, 2006: 112)

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

2. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

a. Pengertian CSR

Menurut Busyra Azher, CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan para *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku. (Busyra, 2011: 26).

CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan keberlangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan

tanggung jawab sosial dan lingkungan, yaitu merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. (Syairozi, 2019: 9-10)

Menurut Mulyanita, tantangan untuk menjaga citra perusahaan dimasyarakat menjadi alasan mengapa suatu bank di Indonesia melakukan pelaporan sosial. Pada dasarnya keberadaan CSR adalah untuk meningkatkan dan memperkuat keberlanjutan suatu perusahaan dengan jalan membangun kerjasama antara *stakeholder* yang difasilitasi suatu perusahaan dengan menyusun program-program kemasyarakatan untuk sekitar.

Beberapa definisi lain yang menjelaskan CSR sebagai sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan berbagai persoalan sosial dan lingkungan dengan kegiatan bisnis mereka, serta berbagai jalinan hubungan dengan semua *stakeholder* yang dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan moral. Ada lima dimensi yang termasuk dalam definisi CSR tersebut, antara lain: dimensi kedermawanan, *stakeholder*, sosial, lingkungan, dan ekonomi. (Ramadhani, 2014: 2-3)

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk pembangunan ekonomi mapan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. (Yasir, 2017: 3)

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen, kerjasama bentuk kepedulian atau tanggung jawab sosial antara perusahaan atau bank dengan masyarakat ataupun lembaga sekitar baik dalam hal pendidikan, lingkungan, dan lain sebagainya dengan manfaat untuk perusahaan dan masyarakat umum.

Konsep CSR bukan lagi menjadi hal yang asing bagi suatu perusahaan yang berkembang saat ini. Hal ini dikarenakan dalam

menjalankan bisnisnya, perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban secara ekonomis saja, tetapi juga mempunyai kewajiban yang bersifat etis. (Syairozi, 2019: 10)

b. Prinsip- Prinsip *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Secara umum prinsip- prinsip CSR berlandaskan pada konsep pembangunan berkelanjutan dan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Adapun prinsip- prinsip CSR adalah sebagai berikut:

1) Prioritas Corporate

Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan.

2) Manajemen Terpadu

Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek kedalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.

3) Proses Perbaikan

Secara berkesenambungan memperbaiki kebijakan, program, dan kinerja sosial korporat, berdasarkan temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut.

4) Pendidikan Karyawan

Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta motivasi karyawan.

5) Pengkajian

Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.

6) Produk dan Jasa

Mengembangkan produk dan jasa yang tak berdampak negative secara sosial.

7) Informasi Publik

Memberikan informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor, dan publik tentang penggunaan yang aman, transportasi, penyimpanan, dan pembuangan produk, begitu juga dengan jasa.

8) Fasilitas dan Operasi

Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kinerja dampak sosial.

9) Penelitian

Melakukan dan mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.

10) Prinsip Pencegahan

Memodifikasi manufaktur, pemasaran dan penggunaan produk, atau jasa sejalan dengan penelitian manufaktur untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.

11) Siaga Menghadapi Darurat

Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan yang berbahaya bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang, dan komunikasi lokal, sekaligus mengenali potensi bahaya yang terjadi.

12) Tranfer *Best Practise*

Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktek bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.

13) Memberi Sumbangan

Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen

pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.

14) Keterbukaan

Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengantisipasi dan memberi respon terhadap potensial hazard, dan dampak operasi, produk, limbah, atau jasa.

15) Pencapaian dan Pelaporan

Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, dan pekerja. (Nova, 2012: 320)

c. Konsep *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Menurut Archie B. Carrol secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan didasari tiga prinsip dasar yang dikenal sebagai *triple bottom lines* yaitu 3P:

- 1) *Profit*. Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi local, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- 3) *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program tanggung jawab sosial perusahaan yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih,

perbaikan pemukiman, dan pengembangan pariwisata (ekoturisme). (Astri, 2012:154)

Konsep 3P ini menurut Elkington dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal ini dapat dibenarkan sebab jika suatu perusahaan hanya mengejar keuntungan semata, bisa jadi lingkungan yang rusak dan masyarakat yang terabaikan menjadi hambatan kelangsungan perusahaan. (Prastowo, 2011: 27)

d. Tujuan dan Manfaat *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Adapun tujuan dari *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

- 4) Membantu meningkatkan kualitas kesejahteraan komunitas, khususnya komunitas lokal yang berada disekitar operasi wilayah perusahaan, sehingga terjadi hubungan yang harmonis
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah yang efektif dengan *stakeholder*
- 6) Menjaga dan menciptakan citra dan reputasi perusahaan yang positif sebagai perusahaan yang peduli pada kondisi komunitas
- 7) Mengembangkan kegiatan CSR yang mengarah pada upaya pembangunan berkelanjutan yang menunjang *core* bisnis perusahaan. (Ardianto, 2011: 298)

Kegiatan CSR juga mempunyai manfaat yang menurut Wahyuningrum (2015: 111) manfaat CSR perusahaan yang telah meyakini CSR sebagai suatu kewajiban bagi perusahaan, maka dengan sendirinya perusahaan telah melaksanakan investasi sosial. Sebagai investasi sosial maka perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam bentuk manfaat yang akan diperoleh, adalah:

- 1) Meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh, misalnya melalui efisiensi lingkungan
- 2) Meningkatkan akuntabilitas, assessment dan komunikasi investasi

- 3) Mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai.
- 4) Menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas
- 5) Mempertinggi reputasi dan *corporate building*.

Menurut Mardikanto (2014) menyampaikan beberapa alasan mengapa CSR perlu dilaksanakan, yaitu:

- 1) Meningkatkan citra perusahaan
- 2) Lingkungan sosial yang lebih baik
- 3) Meningkatkan kinerja karyawan.

Adapun manfaat CSR bagi masyarakat menurut Clark dalam (Mardikanto, 2014: 134) sebagai berikut:

- 1) Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan
- 2) Pendanaan investasi komunitas dalam pengembangan infrastruktur
- 3) Keahlian komersial (keahlian berlabar).

Menurut (Mardikanto, 2014: 135) manfaat CSR bagi pemerintah adalah:

- 1) Dukungan pembiayaan
- 2) Dukungan sarana dan prasarana
- 3) Dukungan keahlian. (Herman, 2018: 268)

e. Level *Corporate social responsibility* (CSR)

Secara umum tanggung jawab sosial atau CSR dapat digambarkan dalam tiga level, yaitu:

- 1) Level ketaatan minimal pada peraturan (minimal legal compliance)
- 2) Level *enlighted self-interest*. Pada titik inilah biasanya publik relation mulai berperan. Kebaikan organisasi sering kali dijadikan alat. Hal ini merupakan bagian dari strategi publik relation untuk

menunjukkan posisi organisasi dimata pasar dan untuk menunjukkan keunggulannya dibandingkan competitor.

- 3) Level tertinggi yang bisa dikatakan sebagai level etika organisasi melakukan hak-hak yang baik karena keyakinan mereka dalam berkomitmen pada masyarakat terlepas dari tanggung jawab organisasi untuk berkiprah dimasyarakat. (Parsons, 2017: 157)

f. Jenis- Jenis Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Pemilihan program kegiatan CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan tergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang diinginkan oleh perusahaan, menurut Kotler dan Lee menyebutkan ada 6 (enam) kategori program CSR. Adapun keenam jenis program CSR tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Cause Promotion* (Promosi Kegiatan Sosial)

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk kegiatan tertentu.

2) *Cause Related Markrting* (Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial)

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan atas penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, dan untuk aktivitas tertentu.

3) *Corporate Social Marketing* (SCM)

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4) *Corporate Philanthropy*

Perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma.

5) *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6) *Socially Responsible Business Practice*

Perusahaan melakukan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunikasi dan memelihara lingkungan hidup. (Sultani, 2020: 7-8)

Adapun jenis-jenis program *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah sebagai berikut:

8) CSR Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi CSR.

9) CSR Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan, sehingga sudah seharusnya program-program CSR tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan.

10) CSR Lingkungan

Tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan dianggap berada di ranah publik. Di masa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan,

sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan, namun kini terbalik kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya dibidang lingkungan.

11) CSR Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat dibidang ekonomi menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan CSR, peningkatan pendapatan ekonomi bisa diterapkan dengan mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro, bantuan modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat. (Fahmi, 2014: 150, 166. 293).

g. Item *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Kantor akuntansi Ernst & Ernst (1971), K. Davis dan R.L Blomstrom (1971), dan Committee for Economic Development (1971), bentuk kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan yaitu:

1) Lingkungan Hidup:

- a) Pengawasan terhadap efek polusi
- b) Perbaikan pengrusakan alam, konservasi alam
- c) Keindahan lingkungan
- d) Pengurangan suara bising
- e) Penggunaan tanah
- f) Pengelolaan sampah dan air limbah
- g) Riset dan pengembangan lingkungan
- h) Kerjasama dengan pemerintah dan universitas
- i) Pembangunan lokasi rekreasi.

2) Energi

- j) Konservasi energi yang dilakukan perusahaan
- k) Penghematan energi dalam proses produksi

3) Sumber Daya Manusia dan Pendidikan

- a) Keamanan dan kesehatan karyawan
- b) Pendidikan karyawan
- c) Kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan
- d) Menambah dan memperluas hak-hak karyawan
- e) Usaha untuk mendorong partisipasi
- f) Perbaikan kesejahteraan dan manfaat pensiun
- g) Beasiswa kepada keluarga karyawan atau masyarakat
- h) Bantuan pada sekolah atau pendirian sekolah
- i) Membantu pendidikan tinggi dan riset dan pengembangan
- j) Pengangkatan pegawai dari kompleks miskin, minoritas
- k) Peningkatan karir karyawan.

4) Praktik Bisnis yang Jujur

- a) Memperhatikan hak-hak karyawan
- b) Memberi kesempatan pada peranan wanita
- c) Jujur dalam iklan dan berbisnis
- d) Pemberian kredit ringan kepada masyarakat
- e) Servis yang memuaskan
- f) Produk yang sehat bagi kesehatan
- g) Jaminan kepuasan langganan
- h) Selalu mengontrol kualitas dan keamanan produk
- i) Menandatangani fakta integritas
- j) Menjauhi terhadap melakukan sogok kepada pejabat.

5) Membantu Masyarakat Lingkungan

- a) Memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya
- b) Tidak campur tangan dalam struktur masyarakat
- c) Membangun klinik kesehatan
- d) Membantu sekolah
- e) Pembangunan rumah ibadah

- f) Perbaikan desa/kota
 - g) Sumbangan untuk kegiatan sosial masyarakat
 - h) Perbaikan perumahan desa
 - i) Bantuan dana, sosial, gempa bumi, banjir, tsunami
 - j) Perbaikan sarana pengangkutan umum dan sarana pasar.
- 6) Kegiatan Seni dan Kebudayaan
- a) Membantu lembaga seni dan budaya
 - b) Sponsor kegiatan seni dan budaya
 - c) Penggunaan seni dan budaya dalam iklan
 - d) Merekrut tenaga yang berbakat seni olahraga.
- 7) Hubungan dengan Pemegang Saham
- a) Sifat kejujuran, keterbukaan, direksi pada semua persero
 - b) Peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan
 - c) Pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial.
- 8) Hubungan dengan Pemerintah
- a) Menaati peraturan pemerintah
 - b) Membatasi kegiatan *lobbying* dan sogok menyogok
 - c) Mengontrol kegiatan politik perusahaan
 - d) Membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum usaha peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat
 - e) Membantu proyek dan kebijaksanaan pemerintah
 - f) Meningkatkan produktivitas sektor informal
 - g) Pengembangan dan inovasi manajemen
 - h) Menghindari praktik KKN. (Harahap, 2011: 408-410)
- h. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Islam

CSR dalam perspektif islam menurut AAOIFI (Accounting And Auditing Organization For Islamic Financial Institutions) yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial islam untuk memenuhi kepentingan religius,, ekonomi, hukum, etika, dan discretionary

responsibilities sebagai lembaga finansial intermediasi baik itu bagi individu maupun bagi institusi. (Yenti, 2018: 147)

CSR dalam islam bukanlah sesuatu yang baru, tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur'an. Salah satu dijelaskan dalam Sural Al-Baqarah ayat 205:

دَتْمِحْبُ لَا وَاللَّهُ وَالنَّسْلَ الْحَرْتِ وَيُهْلِكُ فِيهَا يُفْسِدَ الْأَرْضِ فِي سَعَى تَوَلَّى وَإِذَا

الْفَسَا

205. *Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk Mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan.*

Ayat diatas menggambarkan secara nyata bagaimana islam sangat memperhatikan kelestarian alam. Segala usaha dalam bentuk bisnis maupun non bisnis harus mampu melestarikan alam sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial.CSR pada dasarnya merupakan konsep berbagi atau saling membantuantar manusia sejak kekhalifahan Rasulullah, selama masa hidup Rasulullah selalu menyediakan bantuan keuangan kepada fakir miskin dari Baitul Mal.

Corporate Social Responcibility dalam perspektif islam berasal dari prinsip inti dalam Al-Qur'an yang mana ada tiga prinsip, yaitu:

- 1) Kekhalifahan manusia dimuka buni
- 2) Akuntabilitas ilahi
- 3) Kewajiban manusia untuk mecegah kejahatan dan memerintahkan kebaikan. (Ramadhani, 2014: 27 dan 29)

Praktek CSR dalam islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep

syariah yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami. (Sufyati, 2016: 26)

Seiring dengan berkembangnya pelaporan CSR oleh bank syariah maka semakin banyak pula penelitian yang dilakukan tentang sejauh mana tingkat pelaporan praktik CSR berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menurut Zuhairu (2012) menunjukkan bahwa praktik pengungkapan CSR pada bank syariah masih minim, pada bank tersebut mengklaim dirinya sebagai institusi yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa praktik pengungkapan sosial bank islam di Saudi Arabia tidak jauh beda dengan bank konvensional yang menjadi pesaingnya.

Konsep CSR dalam perspektif islam lebih menjurus kepada pendekatan rohani: "Pandangan bersifat rohani adalah berdasarkan dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Ide mengenai tanggung jawab sosial ini terkandung dalam ikatan kerohanian (*religious bond*). Ikatan rohani ini menggambarkan komitmen terhadap standar moral dan juga norma-norma sosial dengan berdasarkan kepada syariah.

Ini karena dalam islam Muamalat yang ingin dicapai bukan tertumpu kepada keperluan material saja, tetapi merangkumi konsep kesejahteraan hidup manusia yang menekankan konsep persaudaraan, keadilan sosial, dan spiritual bagi setiap insan.

Menyimpulkan bahwa bank syariah yang mewajibkan membayar zakat telah melakukan pengungkapan sosial yang lebih baik dari pada bank syariah yang tidak diwajibkan membayar zakat. (Rinovian, 2018: 182- 184)

i. Teori dan Indikator Keberhasilan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

1) *Stakeholder (Stakeholder Theory)*

Berdasarkan karakteristiknya *Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu: *Stakeholder* Primer adalah pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara ekonomi terhadap perusahaan dan menanggung risiko seperti investor, kreditor, karyawan, pemasok, dan masyarakat lokal. *Stakeholder* Sekunder adalah pihak-pihak yang dipengaruhi perusahaan, namun kelangsungan hidup perusahaan secara ekonomi tidak dipengaruhi oleh *Stakeholder* jenis ini.

Berdasarkan teori *Stakeholder* maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *Stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*. (Hadi, 2011: 210-213)

2) Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal* atau investor) dan pengendalian (pihak *agent* atau manajer). Investor memiliki harapan bahwa manajer akan menghasilkan *return* dari uang yang mereka investasikan. Oleh karena itu, kontrak yang baik antara investor dan manajer adalah kontrak yang mampu menjelaskan spesifikasi-spesifikasi apa saja yang harus dilakukan manajer dalam mengelola dana para investor, dan spesifikasi tentang pembagian *return* antara manajer dan investor.

3) Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan factor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengkontruksi strategi

perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial untuk bertahan hidup.

Legitimasi merupakan system pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu system yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat.

4) Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori ini muncul karena adanya intelerasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan termasuk dalam lingkungan. Perusahaan merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dan lingkungan yang lebih besar.

Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana diantara keduanya saling mempengaruhi. Agar terjadi keseimbangan maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik, secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan- kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing- masing.

5) Teori Sinyal

Teori ini menjelaskan mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan adanya kesenjangan antara pihak manajemen dengan pihak eksternal. Untuk mengurangi kesenjangan informasi maka perusahaan akan mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan.

Salah satu informasi yang perlu diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responcibility*) yang dilakukan perusahaan tersebut. Informasi ini dapat dilihat dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responcibility* ini memiliki tujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan secara sosial.

Untuk mengukur keberhasilan penerapan CSR pada suatu perusahaan ada beberapa indicator yang dapat dijadikan acuan. Menurut Dody Prayogo ada empat indikator yang bisa digunakan untuk melihat keberhasilan penerapan CSR, yaitu:

- 1) Secara umum keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang dikandungnya yaitu turut menegakkan *social justice* (keadilan sosial), *sustainability* (keberlanjutan), dan *Equity* (modal atau asset)
- 2) Secara sosial keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi dihadapan *stakeholder* sosialnya
- 3) Secara bisnis keberhasilan CSR dapat dilihat dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*
- 4) Secara teknis keberhasilan CSR dapat dinilai dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan. (Prayogo, 2015: 85)

3. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Secara konseptual, pengungkapan adalah bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan. (Agustina, 2013: 10)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut dengan *social disclosure* merupakan proses pengkomunikasian

dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. (Rusdianto, 2013:)

Praktek pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memainkan peran penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup dilingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. (Yenti, 2018: 146)

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik atau pun para pemegang saham. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga tinggi. Implikasi naiknya harga saham menunjukkan naiknya nilai perusahaan. (Harmono, 2014: 8)

Meningkatnya nilai saham perusahaan ikut meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus menyisihkan keuntungan tersebut kepada masyarakat dan lingkungannya, melalui tanggung jawab sosial atau CSR. (Kasmir, 2010: 9)

Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, secara bisnis keberhasilan CSR dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*. (Mardikanto, 2014: 137)

Penelitian yang dilakukan oleh Yuni Dwi Sartika (2017) menjelaskan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t yaitu nilai signifikansi untuk

LN_CSR adalah 0,841 (signifikansi $\geq 0,05$) sedangkan nilai signifikansi untuk LN_CSR² adalah 0,913 (signifikansi $\geq 0,05$).

Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Made Ervina Rosiana (2013) didapatkan hasil estimasi variabel pengungkapan CSR dengan nilai t sebesar 5,794 dengan signifikansi senilai 0,000 yaitu dibawah 0,05 memiliki arti bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responcibility* (CSR) saat ini telah banyak dilakukan di Indonesia maupun di Negara lain. Penelitian ini bukanlah satu-satunya penelitian mengenai CSR. Akan tetapi ada beberapa penelitian lain untuk kemudian dinilai sebagai penelitian terdahulu, penelitian tersebut tidak hanya sebagai literature tetapi juga untuk melengkapi penelitian ini.

Yuni Dwi Sartika (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responcibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)”. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t yaitu nilai signifikansi untuk LN_CSR adalah 0,841 (signifikansi $> 0,05$) sedangkan nilai signifikansi untuk LN_CSR² adalah 0,913 (signifikansi $> 0,05$). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,303 dengan persentase sebesar 30,3% sedangkan sisanya 60,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar penelitian yang dilakukan peneliti.

Zuhro Saedah (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2011-2013)”. Hasil dari penelitian ini adalah pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan

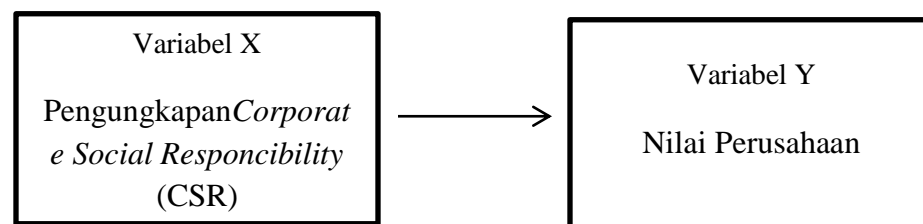
pengungkapan CSR dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2013.

Wahyuing Ambar Setianingrum (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responcibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)”. Hasil dari penelitian ini adalah CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Ghina Hamilatussa’adah (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014)”. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas sebagai variabel pemoderasi memiliki pengaruh positif dan signifikan telah mampu memperkuat hubungan pengungkapan *Corporate Social Responcibility* terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk. Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



D. Hipotesis

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan *signal theory* manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat.

Pengungkapan CSR diharapkan mampu menaikkan nilai perusahaan. karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

Diharapkan dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. (Agustina, 2013: 14)

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada data empiris. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. (Sujarweni, 2015: 229)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diambil rumusan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_0 : Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

H_a : Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal yang menggunakan data sekunder dari laporan tahunan dan keuangan perusahaan dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiono (2019:65) menyatakan bahwa asosiatif kausal adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori, dan atau hipotesis-hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka (*Quantitative*) dan melakukan analisis data dengan prosedur statistic dan atau permodelan matematis. (Efferin, 2012)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk yang mana suatu lembaga keuangan syariah yang terdaftar di idx, dilakukan dengan cara mengambil data sekunder yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id. Untuk alamat kantor PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk berkedudukan di Jakarta dan berkantor pusat di Gedung Panin Life Center, Jl. Letjend S. Parman Kav. 91 Jakarta Barat.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

| Kegiatan | 2021 | | 2022 | | | | | | | |
|----------------------------------|------|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Ags |
| Pengajuan Judul Proposal Skripsi | | | | | | | | | | |
| Bimbingan Proposal Skripsi | | | | | | | | | | |
| Seminar Proposal Skripsi | | | | | | | | | | |
| Revisi Setelah Seminar | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data Penelitian | | | | | | | | | | |
| Pengolahan Data dan Analisa Data | | | | | | | | | | |
| Bimbingan skripsi | | | | | | | | | | |
| Ujian munaqasah | | | | | | | | | | |

C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merupakan seluruh data perusahaan yaitu pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk. Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang ada. Dalam penelitian ini mengambil sampel data PT Bank Panin Dubai Syariah pada periode tahun 2015-2020.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah mengumpulkan data dari catatan-catatan peristiwa yang sudah berlalu. (Sujarweni, 2015: 35) Dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data-data dengan mencatat dan mengkaji data yang bersumber dari laporan tahunan perusahaan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengelola data penelitian yang telah diperoleh dengan tujuan untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Oleh karena itu, setelah data diperoleh segera dilakukan analisis data karena apabila data tersebut tidak dianalisis maka data tersebut tidak akan bisa digunakan untuk menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan.

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Sebagai variabel independen. Untuk menentukan nilai pengungkapan CSR dilakukan dengan cara membandingkan laporan sosial dan lingkungan perusahaan dalam laporan tahunannya dengan index standar GRI (Global Reporting Initiative).

Pengukuran variabel pengungkapan CSR digunakan CSRDI atau *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* yang didasarkan pada pedoman GRI meliputi 6 indikator yang dibagi kedalam 79 item. Pertama membuat daftar (checklist) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kemudian menentukan indeks pengungkapan sosial untuk perusahaan sampel berdasarkan daftar (checklist) pengungkapan sosial dengan cara sebagai berikut:

- a. Score 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pernyataan.
- b. Score 1 jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk perusahaan sampel. Adapun rumus yang digunakan adalah: (Agustin, 2013: 15-16)

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

CSRDI: *Corporate Social Responsibility disclosure index* perusahaan

X : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan diungkapkan

n : jumlah item untuk pengungkapan yang dilakukan perusahaan

2. Nilai perusahaan

Nilai Perusahaan adalah nilai pasar, dimana nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham, dan begitu juga sebaliknya. (Brigham dan Houston, 2006: 112) Nilai perusahaan dalam Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan menggunakan Rasio Tobin's Q.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE (Nilai Kapitalisasi Pasar Saham)} + \text{Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

MVE = Harga Saham Penutupan X Jumlah Saham Yang Beredar

3. Uji Statistik Non Parametrik

Pada penelitian ini data yang diperoleh kurang dari 25 sampel penelitian, yaitu sebanyak 6 sampel. Maka penelitian ini menggunakan analisis data dengan statistik non parametrik. Uji non parametrik merupakan cara pengujian yang tidak berdasarkan pada pengetahuan tentang distribusi populasi yang dibicarakan, sehingga disebut uji bebas distribusi. (Usman. 2017: 300)

Statistik non parametrik digunakan apabila:

- a. Sampel yang digunakan memiliki ukuran yang kecil
- b. Data yang digunakan bersifat ordinal, yaitu data- data yang bisa disusun dalam urutan atau klasifikasi rangkingnya
- c. Data yang digunakan bersifat normal, yaitu data- data yang dapat diklasifikasikan dalam kategori dan dihitung frekuensinya
- d. Bentuk distribusi populasi dan tempat pengambilan sampel tidak diketahui menyebar secara normal
- e. Ingin menyelesaikan masalah statistik secara cepat tanpa menggunakan alat-alat hitung. (Hasan. 2017: 301)

Pada statistik non parametrik untuk pengujian satu sampel uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Uji Kolmogorov- smirnov

Motode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*, dengan kriteria kenormalan sebagai berikut: (Priyatno, 2012: 37)

- 1) Signifikasi uji (α) = 0,05
- 2) Jika Sig $>\alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
- 3) Jika Sig $<\alpha$ maka sampel bukan berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

b. Uji Run

Cara mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka bisa dilakukan dengan Uji Run (Run Test). Untuk menentukan apakah data ada autokorelasi atau tidak maka uji run test memiliki ketentuan nilai probabilitas Asymp.Sig. (2- tailed) lebih besar dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak mengalami autokorelasi. Sebaliknya jika lebih kecil dari 0,05 maka artinya adalah terjadi autokorelasi pada data. (Usman. 2017: 317)

c. Uji Binomial

Uji binomial digunakan untuk pengujian hipotesis bila dalam populasi terdiri atas dua kelompok klas, datanya berbentuk nominal dan jumlah sampelnya kecil. Test ini dikatakan binomial karena distribusi data dalam populasi ini berbentuk binomial yaitu suatu distribusi yang terdiri dari dua klas.

Dalam prakteknya test binomial dapat dilakukan dengan cara yang lebih sederhana, dimana untuk membuktikan H_0 dilakukan dengan cara membandingkan nilai P dalam tabel (yang didasarkan pada N dalam

nilai yang terkecil dalam tabel itu) dalam taraf kesalahan yang ditetapkan sebesar 1%.

Uji binomial dilakukan untuk menguji sebuah sampel, apakah ciri tertentu dari sampel tersebut bisa dianggap sama dengan ciri populasinya. Dasar pengambilan keputusan melihat angka probabilitas dengan ketentuan: (Sugiyono. 2006: 102)

- a. Probabilitas $>0,05$ maka H_0 diterima
- b. Probabilitas $<0,05$ maka H_0 ditolak.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. DESKRIPSI DATA

1. Sejarah Singkat dan Profil PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

Panin Dubai Syariah Bank didirikan berdasarkan Akta Perseroan terbatas No.12 tanggal 8 Januari 1972. Perseroan (PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk) semula bernama PT Bank Pasar Bersaudara Djaja sesuai dengan akta berdirinya yang dibuat oleh Moeslim Dalidd, notaris di Malang, yaitu Akta Perseroan Bank Terbatas No. 12 tanggal 8 Januari 1997. Perseroan telah beberapa kali melakukan perubahan nama, berturut-turut dimulai dengan nama PT Bank Bersaudara Djaja. Perubahan nama tersebut didasarkan pada Akta Berita Acara No. 25 tanggal 8 Januari 1990, yang dibuat oleh Indrawati Setiabudji, S. H notaris di Malang. Kemudian sesuai dengan Akta Berita Acara No. 27 tanggal 27 Maret 1997 yang dibuat oleh Alfian Yahya, S.H notaris di Surabaya, Perseroan kembali berganti nama menjadi PT. Bank Harfa. Kemudian, nama tersebut kembali mengalami perubahan menjadi PT. Bank Panin Syariah berdasarkan Akta Berita Acara RUPS Luar Biasa No. 1 tanggal 3 Agustus 2009, yang dibuat oleh Drs. Bambang Tedjo Anggono Budi, S,H. M,Kn pengganti dari Sutjipto, S.H notaris dari Jakarta. Perubahan tersebut sehubungan perubahan kegiatan usaha Perseroan dari semula menjalankan kegiatan usaha perbankan konvensional menjadi kegiatan usaha perbankan syariah dengan prinsip bagi hasil berdasarkan syariat islam.

Sehubungan dengan perubahan status Perseroan dari semula perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka, nama PT Bank Panin i Syariah selanjutnya berubah menjadi PT Bank Panin Syariah Tbk berdasarkan Akta Berita Acara RUPS Luar Biasa No. 71 tanggal 19 Juni 2013 yang dibuat oleh Fathiah Helmi, S.H notaris dari Jakarta. Pada 2016 nama PT Bank Panin Syariah Tbk diubah menjadi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk sehubungan dengan masuknya Dubai Islamic Bank PJSC sebagai

salah satu Pemegang Saham Pengendali, berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan RUPS Luar Biasa No.54 tanggal 19 April 2016 yang dibuat oleh Fathiah Helmi notaris di Jakarta. Perubahan tersebut berlaku efektif sejak 11 Mei 2016 sesuai Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI No.AHU-0008935.AH.01.02 tahun 2016 tanggal 11 Mei 2016.

Penetapan penggunaan izin usaha dengan nama baru PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk telah diterima oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sesuai salinan Keputusan Dewan Komisiner OJK No. Kep29/D.03/2016 tanggal 26 Juli 2016.

2. Visi dan Misi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

a. Visi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

Menjadi bank syariah progresif di Indonesia yang menawarkan produk dan layanan keuangan komprehensif dan inovatif.

b. Misi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

- 1) Peran aktif Perseroan dalam bekerjasama dengan Regulator. Secara professional mewujudkan Perseroan sebagai bank syariah yang lebih sehat dengan tata kelola yang baik serta pertumbuhan berkelanjutan.
- 2) Perspektif nasabah: mewujudkan Perseroan sebagai bank pilihan dalam pengembangan usaha melalui produk-produk dan layanan unggulan yang dapat berkompetisi dengan produk-produk bank syariah maupun konvensional lain.
- 3) Perspektif SDM/ staff: mewujudkan Perseroan sebagai bank pilihan bagi para profesional, yang memberikan kesempatan pengembangan karier dalam industry perbankan syariah melalui semangat kebersamaan dan kesinambungan lingkungan sosial.
- 4) Perspektif pemegang saham: mewujudkan Perseroan sebagai bank syariah yang dapat memberikan nilai tambah bagi pemegang saham melalui kinerja profitabilitas yang baik ditandai dengan ROA dan ROE terukur.

5) *IT Support*: mewujudkan Perseroan sebagai perseroan yang unggul dalam pelayanan syariah berbasis teknologi informasi yang memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas bagi para nasabah.

3. Logo PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk



Gambar 4.1
Logo PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

4. Bidang Usaha PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

a. Bidang Usaha Sesuai Anggaran Dasar

Berdasarkan Pasal 3 Anggaran Dasar Panin Dubai Syariah Bank sebagaimana termuat dalam Akta Pernyataan Keputusan RUPS Luar Biasa No. 49 tanggal 2018 yang buat oleh Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta dan telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan HAM RI sesuai Surat Keputusan No. AHUAH.0103-0127665 Tahun 2018 tanggal 28 Maret 2018 kegiatan usaha perseroan adalah:

- 1) Maksud dan tujuan Perseroan adalah berusaha dalam bidang Syariah
- 2) Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut diatas, Perseroan dapat melaksanakan Kegiatan Usaha Utama dan Kegiatan Usaha Penunjang.

b. Kegiatan Usaha Utama

Sebagai Bank Umum Syariah, kegiatan usaha utama Perseroan sesuai Anggaran Dasar adalah sebagai berikut:

- 1) Bank Umum Syariah
- 2) Menyediakan pembiayaan
- 3) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara

- 4) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya
- 5) Menghimpun dana dalam bentuk investasi dalam bentuk deposito, tabungan, atau bentuk lainnya
- 6) menyalurkan pembiayaan bagi hasil
- 7) Menyalurkan pembiayaan
- 8) Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah
- 9) Melakukan pengambilalihan utang berdasarkan akad hawalah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah
- 10) Melakukan usaha kartu debit dan atau kartu pembiayaan berdasarkan prinsip syariah
- 11) Membeli, menjual, atau menjamin ata risiko sendiri surat berharga pihak ketiga
- 12) Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah
- 13) Menerima pembayaran dan tagihan atas surat berharga
- 14) Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain
- 15) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah
- 16) Memindahlan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun kepentingan nasabah
- 17) Melakukan fungsi sebagai wali amanat berdasarkan prinsip syariah
- 18) Memberi fasilitas letter of credit atau garansi berdasarkan prinsip syariah
- 19) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan dibidang perbankan.

c. Kegiatan Usaha Penunjang

Kegiatan usaha penunjang Perseroan sesuai anggaran dasar adalah sebagai berikut:

- 1) Membeli agunan baik semua maupun sebagian melalui pelelangan dalam hal nasabah tidak memenuhi kewajibannya kepada perseroan

dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut wajib dicairkan secepatnya.

- 2) Melakukan kegiatan anjak piutang dan usaha pembiayaan
- 3) Melakukan kegiatan sebagai penyelenggara dana pensiun sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku baik selaku pendiri dana pensiun pemberi kerja maupun selaku pendiri dan atau peserta dana pensiun lembaga keuangan.
- 4) Melakukan kegiatan penyertaan modal mudharabah atau musyarakah pada bank atau perusahaan lain dibidang keuangan sewa guna usaha atau ijarah, perusahaan modal ventura, lembaga kliring dan penjamin, serta lembaga penyimpanan dan penyelesaian dengan memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh instansi yang berwenang.
- 5) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi pembiayaan bermasalah mudharabah atau musyarakah, termasuk kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh OJK.
- 6) Mengusahakan usaha-usaha lain yang berhubungan langsung atau tidak langsung dengan maksud tersebut diatas yang pelaksanaannya tidak bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku di Indonesia.

d. Bidang Usaha Yang Dijalankan Pada Tahun Buku

Beberapa kegiatan usaha yang telah dijalankan oleh perseroan di tahun 2019 dengan mengacu pada Anggaran Dasar adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan layanan perbankan dengan prinsip syariah, antara lain pembuatan kartu ATM (ATM PaS iB), pembayaran tagihan (PDS *Virtual Account*)
- 2) Menyediakan dan menyalurkan pembiayaan bagi hasil,, antara lain pembiayaan Modal Kerja PaS iB, pembiayaan kepemilikan rumah

PaS iB, pembiayaan investasi PaS iB, dan pembiayaan lainnya. Pembiayaan tersebut dikelola dengan prinsip atau akad *murabahah*, *musyarakah*, *mudharabah* dan *musyarakah mutanaqisah* (MMQ).

- 3) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan, antara lain berupa giro yang dikelola dengan prinsip wadiah.
- 4) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan, antara lain tabungan haji PaS iB, tabungan umrah PaS iB, tabungan rencana PaS iB, yang dikelola dengan prinsip wadiah.
- 5) Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito yang dikelola dengan prinsip mudharabah
- 6) Menempatkan dana dalam Fasilitas Simpanan Bank Indonesia Syariah (FASBIS), Serifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS), Deposito antar bank syariah.
- 7) Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah, seperti sukuk, ritel, Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan sukuk korporasi.

5. Produk Dan Layanan PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

a. Produk- Produk PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

1) ATM PaS iB

Mempermudah transaksi anda

Merupakan produk layanan dari perseroan yang memberikan keleluasaan untuk dapat bertransaksi di 20 jaringan ATM milik Perseroan, lebih dari 970 jaringan ATM panin bank dan 77.000 ATM bersama.

2) PDSB Mobile

Kemudahan transaksi dalam genggam anda

Layanan atau fasilitas bagi nasabah individu dalam bertransaksi nontunai secara real-time online melalui ponsel berbasis data.

3) PDSB Virtual Account

Cepat, tepat dan informative

Layanan atau fasilitas untuk memudahkan pelanggan mitra atau perusahaan dalam melakukan pembayaran kewajiban atau tagihan kepada pihak mitra/ perusahaan melalui delivery channel perseroan dan bank lain serta membantu mitra/ perusahaan dalam pengelolaan penerimaan transaksi pembayaran.

4) Cash Management System

Memudahkan transaksi bisnis anda

Fasilitas/layanan bagi nasabah korporasi Perseroan untuk melakukan pengelolaan transaksi keuangan secara online, cepat, dan mudah melalui jaringan internet (web-based).

5) PDSB Debit Card

Kemudahan bertransaksi tanpa uang tunai

Kartu debit yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di mesin EDC Perseroan dan bank lain berlogo jaringan ATM Bersama dan Prima/BCA.

6) Bank Garansi PaS iB

Mitra proyek anda

Bank Garansi PaS iB merupakan produk layanan dalam penerbitan Bank Garansi yang menjadi mitra proyek Anda dalam transaksi bisnis dalam dan luar negeri.

7) Safe Deposit Box PaS iB

Memberikan rasa aman dan nyaman untuk menyimpan barang dan dokumen berharga.

Safe Deposit Box PaS iB merupakan layanan penyewaan SDB Perseroan yang dapat membantu nasabah merasa aman dan nyaman dalam menyimpan dokumen ataupun benda berharga.

8) Pembiayaan Investasi PaS iB

Memenuhi kebutuhan investasi anda

Pembiayaan investasi adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan, badan usaha, maupun badan hukum untuk kebutuhan investasi.

9) Pembiayaan Multijasa PaS iB

Pembiayaan Multijasa PaS iB merupakan pembiayaan kepada nasabah untuk mendapatkan jasa tertentu dari penyedia jasa.

10) Pembiayaan Modal Kerja PaS iB

Fasilitas pembiayaan untuk modal kerja anda

Pembiayaan modal kerja adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada perorangan, badan usaha, maupun badan hukum untuk kebutuhan modal kerja.

11) Pembiayaan Pemilikan Rumah (KPR) PaS iB

Mewujudkan rumah idaman anda

KPR PaS iB adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian property berupa rumah, ruko/rukan, baik baru maupun bekas di lingkungan developer maupun non-developer, pembangunan (kontruksi) dan renovasi.

12) Pembiayaan Pemilikan Mobil (KPM) PaS iB

Wujudkan mobil idaman anda

KPM PaS iB adalah pembiayaan untuk kepemilikan mobil baik baru maupun bekas.

13) Pembiayaan Rekening Koran (PRK) Syariah iB

Pembiayaan untuk kebutuhan modal kerja revolving anda

Pembiayaan rekening Koran syariah (PRK) adalah fasilitas pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha yang tidak berdasarkan kontrak (non project-based)

14) Deposit PaS iB

Aman dan menguntungkan

Deposito PaS iB adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah.

15) Giro PaS iB

Mendukung kelancaran usaha anda

Giro PaS iB adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah demi mendukung kelancaran usaha anda.

16) Tabungan PaS iB

Aman dan terpercaya

Tabungan PaS iB adalah tabungan yang memberikan kebebasan untuk anda dalam bertransaksi di perseroan yang tetap aman dan terpercaya.

17) Tabungan Fleksibel iB

Memberikan manfaat lebih

Tabungan fleksibel iB memberikan tingkat nisbah semakin tinggi dengan semakin besarnya saldo mengendap.

18) Tabungan Bisnis iB

Mengoptimalkan dana anda

Tabungan bisnis merupakan rekening tabungan investasi yang memungkinkan anda mengelola dana bisnis dengan hasil yang optimal.

19) Tabungan Haji PaS iB

Mewujudkan rencana ibadah haji anda

Tabungan haji PaS iB merupakan rekening tabungan berprinsip wadiah dengan jumlah setoran awal tertentu yang ditujukan untuk mewujudkan rencana ibadah haji.

20) Tabungan Umrah PaS iB

Jadikan rencana umrah anda menjadi kenyataan

Tabungan umrah PaS iB merupakan rekening tabungan berprinsip wadiah dengan jumlah setoran awal yang ringan ditujukan untuk perencanaan ibadah umrah anda.

21) Simpanan Fleximax iB

Simpanan Fleximax yang memberikan manfaat optimal

Simpanan fleximax iB merupakan simpanan dengan cara penarikan yang fleksibel sesuai rencana anda dengan hasil optimal.

22) Tabungan Rencana iB

Membantu mewujudkan semua rencana anda

Tabungan rencana iB adalah tabungan berjangka yang ditujukan untuk membantu anda memenuhi segala rencana dengan 2 pilihan jenis setoran rutin atau non-rutin (bebas) yang dilengkapi dengan asuransi jiwa.

23) Tabungan SimPel iB

Menabung ya SimPel aja

Simpana pelajar (SimPel) iB merupakan tabungan untuk siswa atau pelajar dengan persyaratan yang mudah dan sederhana serta fitur menarik yang bertujuan mendorong budaya menabung sejak dini.

b. Layanan- Layanan PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

Adapun layanan- layanan yang terdapat pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk adalah:

1) PDSB Referensi Bank

Surat keterangan yang diterbitkan oleh Perseroan atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.

2) PDSB Standing Order

Fasilitas kemudahan yang diberikan Perseroan kepada nasabah yang dalam transaksi finansialnya harus memindahkan dari satu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang. Dalam

pelaksanaannya, nasabah memberikan intruksi ke bank hanya satu kali saja.

3) PDSB Kliring

Penagihan warkat bank lain dimana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.

4) PDSB Intercity Clearing

Jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank diwilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

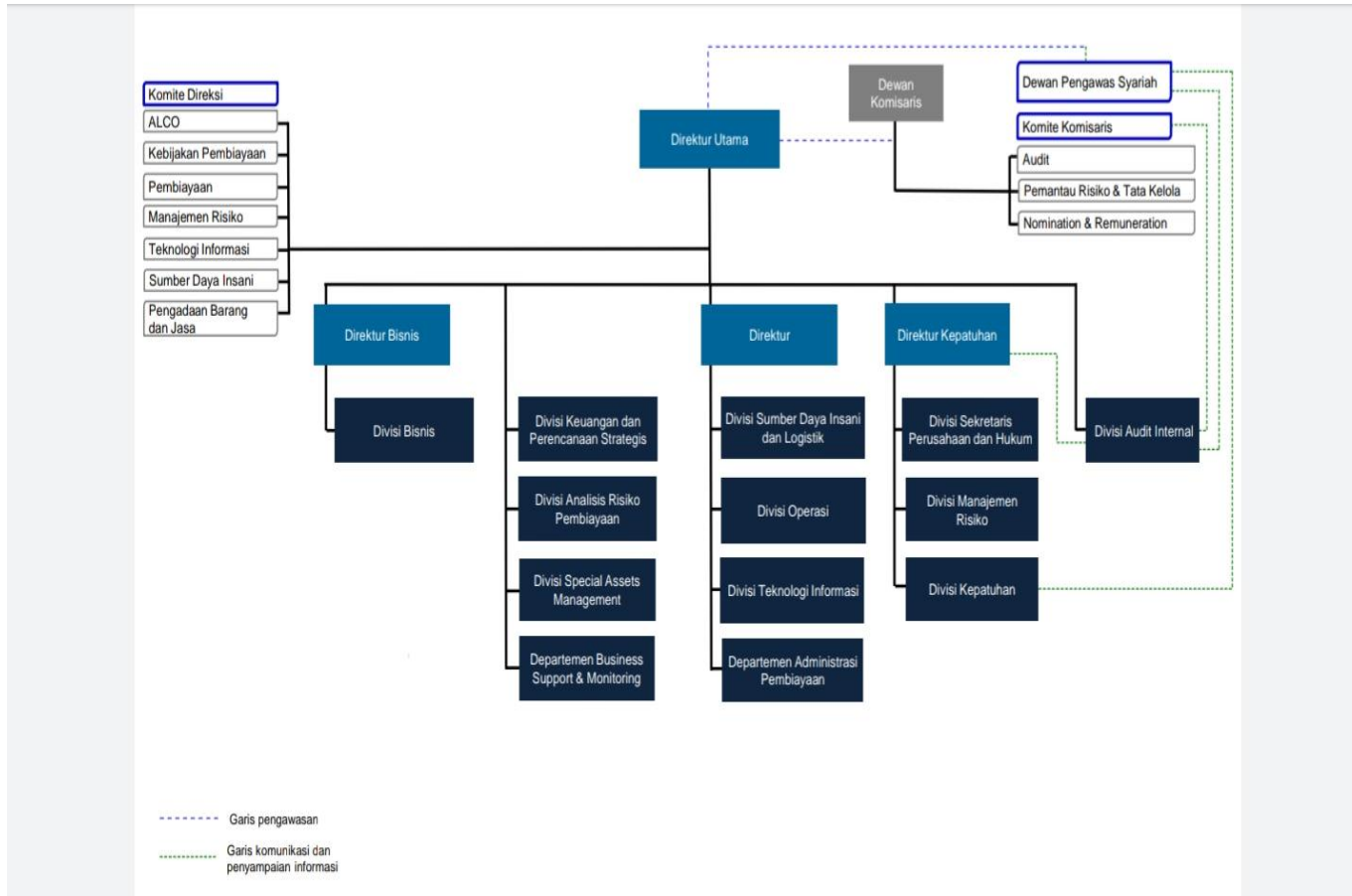
5) PDSB RTGS (Real-Time Gross Settlement)

Jasa transfer valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.

6) PDSB Transfer Via SKN

Jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal.

6. Struktur Organisasi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk



Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk

B. HASIL ANALISIS DATA

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Untuk menentukan nilai pengungkapan CSR dilakukan dengan cara membandingkan laporan sosial dan lingkungan perusahaan dalam laporan tahunannya dengan index standar GRI (Global Reporting Initiative).

Tabel 4.1
Indikator Pengungkapan CSR

| No | Tahun | Indikator Pengungkapan Csr | | | | | | Jumlah |
|----|--------------|----------------------------|---|---|---|---|---|--------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1. | 2015 | 2 | 2 | 5 | 1 | - | 2 | 12 |
| 2. | 2016 | 2 | 2 | 6 | - | - | 2 | 12 |
| 3. | 2017 | 3 | 3 | 7 | - | 1 | 2 | 16 |
| 4. | 2018 | 2 | 2 | 6 | - | - | 2 | 12 |
| 5. | 2019 | 5 | 2 | 7 | - | 1 | 1 | 18 |
| 6. | 2020 | 2 | 3 | 6 | 1 | 1 | 4 | 17 |
| | Total | | | | | | | 87 |

Sumber: GRI (Global Reporting initiative)

Tabel 4.1 di atas menunjukkan indikator pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR). Adapun indikator pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan index standar GRI (Global Reporting Initiative), yang mana terdiri dari 6 indikator yang dibagi kedalam 79 item. Indikator tersebut adalah:

- a. Indikator kinerja ekonomi
- b. Indikator kinerja lingkungan
- c. Indikator praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak
- d. Indikator kinerja Hak Asasi Manusia (HAM)
- e. Indikator kinerja kemasyarakatan atau sosial
- f. Indikator kinerja tanggung jawab produk.

Indikator- indikator tersebut juga terbagi kedad beberapa item yang sesuai dengan indikator yang bersangkutan. Dari item-item tersebut disesuaikan dengan pengungkapan yang dilakukan oleh PT Bank Panin

Dubai Syariah Tbk yang bisa dilihat melalui laporan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdapat di dalam laporan tahunan perusahaan. Jika perusahaan mengungkapkan satu item maka diberi poin 1 dan jika perusahaan tidak mengungkapkan satu item diberi poin 0. Maka berapa pengungkapan yang dilakukan perusahaan pada tahun tersebut adalah jumlah pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan.

$$CSRDI = \frac{\Sigma X}{n}$$

Keterangan:

CSRDI: *Corporate Social Responcibility disclosure index* perusahaan

X : Jumlah item yang diungkapkan perusahaan diungkapkan

n : jumlah item untuk pengungkapan yang dilakukan perusahaan

Tabel 4.2
Pengungkapan CSR

| No | Tahun | Jumlah Item Yang Diungkapkan | Total Item | Pengungkapan CSR |
|----|-------|------------------------------|------------|------------------|
| 1 | 2015 | 12 | 79 | 0,151 |
| 2 | 2016 | 12 | 79 | 0,151 |
| 3 | 2017 | 16 | 79 | 0,202 |
| 4 | 2018 | 12 | 79 | 0,151 |
| 5 | 2019 | 18 | 79 | 0,227 |
| 6 | 2020 | 17 | 79 | 0,215 |

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari tabel 4.2 di atas dapat dilihat besar pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk. Untuk menentukan besar pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) yang dilakukan tersebut di dapat dari hasil pembagian jumlah item yang diungkapkan dengan total keseluruhan item yang ada.

2. Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini untuk menentukan nilai perusahaan menggunakan Rasio Tobin's Q. Nilai Tobin's Q dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham dan nilai pasar hutang dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi, maka Tobin's Q dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, yaitu dari sisi potensi nilai pasar suatu perusahaan. (Poluan, 2019: 5)

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE (Nilai Kapitalisasi Pasar Saham)} + \text{Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

$$\text{MVE} = \text{Harga Saham Penutupan} \times \text{Jumlah Saham Yang Beredar}$$

Tabel 4.3
Rasio Tobin's Q

| No | Tahun | MVE (Nilai Kapitalisasi Pasar Saham) | Liabilitas | Total Aset | Hasil Rasio Tobin's Q |
|----|-------|--------------------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|
| 1 | 2015 | 4.806.850.000 | 841.347.824.000 | 7.134.234975.000 | 0,119 |
| 2 | 2016 | 2.468.179.250.000 | 1.019.132.249.000 | 8.757.963.603.000 | 0,398 |
| 3 | 2017 | 1.190.343.049.200 | 654.019.857.000 | 8.629.275.047.000 | 0,214 |
| 4 | 2018 | 662.696.791.640 | 854.502.894.000 | 8.771.057.795.000 | 0,173 |
| 5 | 2019 | 1.185.972.373.600 | 583.700.944.000 | 11.135.824.845.000 | 0,159 |
| 6 | 2020 | 3.221.532.229.447 | 600.931.510.000 | 11.302.082.193.000 | 0,338 |

Sumber: Data sekunder yang diolah

Tabel 4.3 di atas menunjukkan hasil dari rasio Tobin's Q. Nilai MVE (nilai kapitalisasi pasar saham) diperoleh dari laporan ikhtisar saham yang terdapat di dalam laporan tahunan perusahaan. Namun jika perusahaan tidak melampirkan laporan ikhtisar saham, juga dapat diperoleh dengan mengkalikan harga saham penutupan dengan jumlah saham yang beredar pada tahun tersebut. Untuk memperoleh nilai liabilitas dan total aset dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan sesuai dengan tahun yang dibutuhkan. Hasil rasio Tobin's Q diperoleh dengan menambahkan nilai

MVE (nilai kapitalisasi pasar saham) dengan total liabilitas (total hutang) dan kemudian dibagi dengan total aset yang ada.

3. Uji Kolmogorov Smirnov

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Normal Test Summary | | |
|--|----------|---------------------|
| Total N | | 6 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .237 |
| | Positive | .237 |
| | Negative | -.162 |
| Test Statistic | | .237 |
| Asymptotic Sig.(2-Sided Test) | | .200 ^{a,B} |

A. Lilliefors Corrected

B. This Is A Lower Bound Of The True Significance.

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov smirnov* menghasilkan bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200.

4. Uji Run (Run Test)

Cara mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka bisa dilakukan dengan Uji Run Test. Untuk menentukan apakah data ada autokorelasi atau tidak maka uji run test memiliki ketentuan nilai probabilitas Asymp.Sig. (2- tailed) lebih besar dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak mengalami autokorelasi. Sebaliknya jika lebih kecil dari 0,05 maka artinya adalah terjadi autokorelasi pada data. (Usman. 2017: 317)

Tabel 4.5
Hasil Uji Run

Runs Test

| | Unstandardize d Residual |
|----------------------------|-----------------------------|
| Test Value ^a | -.03997 |
| Cases < Test Value | 3 |
| Cases >= Test Value | 3 |
| Total Cases | 6 |
| Number Of Runs | 4 |
| Z | .000 |
| Asymp. Sig. (2- Tailed) | 1.000 |

A. Median

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil uji run menghasilkan bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) besar dari 0,05 yaitu sebesar 1,000. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada data.

5. Uji Binomial

Uji binomial dilakukan untuk menguji sebuah sampel, apakah ciri tertentu dari sampel tersebut bisa dianggap sama dengan ciri populasinya. Dasar pengambilan keputusan melihat angka probabilitas dengan ketentuan: (Sugiyono. 2006: 102)

- a. Probabilitas $>0,05$ maka H_0 diterima
- b. Probabilitas $<0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.6
Hasil Uji Binomial

| | | Binomial Test | | | | |
|-------------------|---------|---------------|----|----------------|------------|-----------------------|
| | | Category | N | Observed Prop. | Test Prop. | Exact Sig. (2-Tailed) |
| Csr Dan Tobin's Q | Group 1 | Csr | 6 | .50 | .50 | 1.000 |
| | Group 2 | Tobin's Q | 6 | .50 | | |
| | Total | | 12 | 1.00 | | |

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Dari hasil uji binomial di atas dapat dilihat bahwa terdapat dua variabel yaitu X dan Y yaitu pengungkapan CSR dan Tobin's Q yang sama-sama memiliki jumlah sampel 6. Nilai proporsi uji (test prop.) = 0,50. Proporsi pengamatan untuk pengungkapan CSR = 0,50 dan untuk Tobin's Q = 0,50. Hasil nilai peluang ekstrak binomial 2 arah (Exact Sig. (2-tailed) atau p – value adalah 1,000 besar dari 0,05 maka keputusan yang dapat diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

H_0 : Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

H_a : Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

C.PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini *Corporate Social Responcibility* (CSR) dihitung dengan menggunakan rumus CSR. Pengukuran variabel pengungkapan CSR digunakan CSRDI atau *Corporate Social Responcibility Disclousure Index* yang didasarkan pada pedoman GRI meliputi 6 indikator yang dibagi kedalam

79 item. Sedangkan variabel Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan rumus Tobin's Q Rasio. Penelitian ini dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS 26, uji normalitas dengan menggunakan metode *kolmogorof smirnov* diketahui nilai signifikansi 0,200 besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Selanjutnya penelitian ini diuji dengan uji Run (Run Test) menunjukkan hasil uji Run bahwa data tidak terjadi autokorelasi karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) besar dari 0,05 yaitu sebesar 1,000. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada data.

Penelitian ini juga diperkuat dengan melakukan uji Binomial dapat dilihat bahwa nilai proporsi uji (test prop.) = 0,50. Proporsi pengamatan untuk CSR = 0,50 dan untuk Tobin's Q = 0,50. Hasil nilai peluang ekstrak binomial 2 arah (Exact Sig. (2-tailed) atau *p - value* adalah 1,000 besar dari 0,05 maka keputusan yang dapat diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuni Dwi Sartika (2017) dengan judul penelitian "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dengan hasil penelitian bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,303 dengan persentase sebesar 30,3% sedangkan sisanya 60,7% dipengaruhi oleh factor lainnya diluar penelitian yang dilakukan.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghina Hamilatussa'adah (2016) dengan judul penelitian "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada

Perusahaan Manufaktur Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014)”. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas sebagai variabel pemoderasi memiliki pengaruh positif dan signifikan telah mampu memperkuat hubungan pengungkapan *Corporate Social Responcibility* terhadap nilai perusahaan. Namun pada penelitian terdahulu ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Berdasarkan teori *Stakeholder* maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *Stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*. (Hadi, 2011: 210-213)

Adapun faktor yang menyebabkan pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu disebabkan oleh beberapa hal antara lain rendahnya pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan, bagaimana kecendrungan investor dalam membeli saham dan variabel CSR yang tidak dapat diukur secara langsung.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji Binomial bahwa nilai proporsi uji (test prop.) = 0,50. Proporsi pengamatan untuk pengungkapan CSR = 0,50 dan untuk Tobin's Q = 0,50. Hasil nilai peluang ekstrak binomial 2 arah (Exact Sig. (2-tailed) atau *p* – value adalah 1,000 besar dari 0,05 maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.

Adapun faktor yang menyebabkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu disebabkan oleh beberapa hal antara lain rendahnya pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan, bagaimana kecenderungan investor dalam membeli saham dan variabel CSR yang tidak dapat diukur secara langsung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel diluar variabel yang diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mendapat hasil dari penelitian bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Mengingat bahwa variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mempengaruhi nilai perusahaan

diharapkan agar perusahaan tetap konsisten melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) walaupun CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan tetap harus bertanggung jawab untuk mengeluarkan dana tanggung jawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Silvia. 2013. *Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Program Study Akuntansi. Universitas Negri Padang.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azheri, B. 4 Agustus 2007. *Hasil Survei CSR*. Jakarta: Harian Kompas
- Asikin, Zainal. 2016. *Pengantar Hukum Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Astri, Herlina. 2012. Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia. *Jurnal Aspirasi*. Vol. 3.No. 2.
- Brigham, Eugene F Dan Houston. 2006. *Fundamental Of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Busyra, Azheri. 2011. *Corporate Sosial Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Efferin, Sujoko. 2012. *Metode Penelitian Akuntansi: Mengungkap Fenomena Dengan Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2015. *Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhrudin, Agus. 2014. *Urgensi Pendidikan Nilai Untuk Memecahkan Problematika Nilai Dalam Konteks Pendidikan Persekolahan*. Jurnal Pendidikan Agama Islam, Vol.12. No.1.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harahap, Soyan Syafri. 2011. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Herman. 2018. *Manfaat Corporate Social Responsibility Oleh Stakeholder Primer dan Sekundr (Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau)*. Vol. 2. No. 2
- Harmono. 2014. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group

- Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responcibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta.
- Margaretha, F. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Mustofa, Nadia. 2020. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responcibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal Akuntansi. Vol. 1.No.2.
- Nadapdap, B. 2012. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Permata Aksara.
- Nova, Firsan. 2012. *Republic Relation*. Jakarta: Media Bangsa.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 *Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas* Pasal 2.
- Persons, J. Patricia. 2017. *Etika Public Relation*. Jakarta: Glora Aksara Permata
- Poluan, Jimry Stevi. 2019. *Analisis EVA, MVA, Dan Tobin's Q Terhadap Nilai Saham Emiten Di BEI Periode 2012-2016*. Jurnal: Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan. Vol.2. No. 1.
- Prastowo, Joko. 2011. *Corporate Social Responcibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Priyatno, D. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ramadhani, Pri Rynanita. 2014. *Implementasi Corporate Social Responcibility Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Ditinjau Dari Sperpektif Syariah*. Program Studi Akuntansi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.
- Ratnaningsih, Hartini. 2015. *Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat*. Vol. 6.No. 2.
- Rinovian, Reztu. 2018. *Pengungkapan CSR Perbankan Syariah Sebagai Kebutuhan Informasi Stakeholder*. Vol.2. No. 2. Januari- Juni 2018.
- Sartika Dwi Yuni. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responcibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)*. Skripsi Perbankan Syariah. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Setiyani, Nurul. 2019. *Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Panin Dubai Syariah*

- Tbk Periode 2016-2018*. Skripsi Perbankan Syariah. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Stacia, Evelyn. Juniarti.2015. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responcibility Terhadap Nilai Perusahaan Disektor Pertambangan*.Vol.3. No. 2.Agustus 2015.
- Sufyati. 2016. *Corporate Social Responcibility Dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Komparatif Bank Syariah Dan Bank Konvensional)*. Vol. 6 No. 1 Juni 2016/1438 H.
- Sugiarto, Agung. 2011. *Analisis Pengaruh Beta, Size Perusahaan DER Dan PBV Ratio Terhadap Return Saham*. Jurnal: Dinamika Akuntansi. Vol. 3.No.1.
- Sugiono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sukitman, Tri. 2016. *Internalisasi Pendidikan Nilai Dalam Pembelajaran (Upaya Menciptakan Sumber Daya Manusia Yang Berkarakter)*. Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar, Vol.2. No.2. Agustus 2016.
- Sultani, Hamim Mohammad. 2020. *Corporate Social Responcibility (Kajian Korrlasi Program CSR Terhadap Perusahaan)*.Duta Media Publishing.
- Syairozi, Imam Muhammad. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan*. Tidar Media: Magelang.
- Syukron, Ali. 2015. *CSR Dalam Perspektif Islam Dan Perbankan Syariah*.Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam.Vol.5, No. 1.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tho'in, Muhammad. 2017. *Implementasi Corporate Social Responcibility*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.Vol. 2 No.2. Surakarta: STIE-AAS.
- Ulaika, Nur Rohma Ega. 2015. *Implementasi Corporste Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*.*Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. Vol. 4 No. 8.
- Undang-Undang No.40 Tahun 2007 *Tentang Perseroan Terbatas*.
- Usman, Husain. 2017. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yasir, Yusuf Muhammad. 2017.*Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori Dan Praktik*. Depok: Kencana.

Yenti, E. (2018). *Disclosure Of Islamic Social Responsibility In Sharia Financial Institutions. Proceeding IAIN Batusangkar, 1(1), 145-154.*

www.idx.co.id.

<https://www.paninbanksyariah.co.id>

