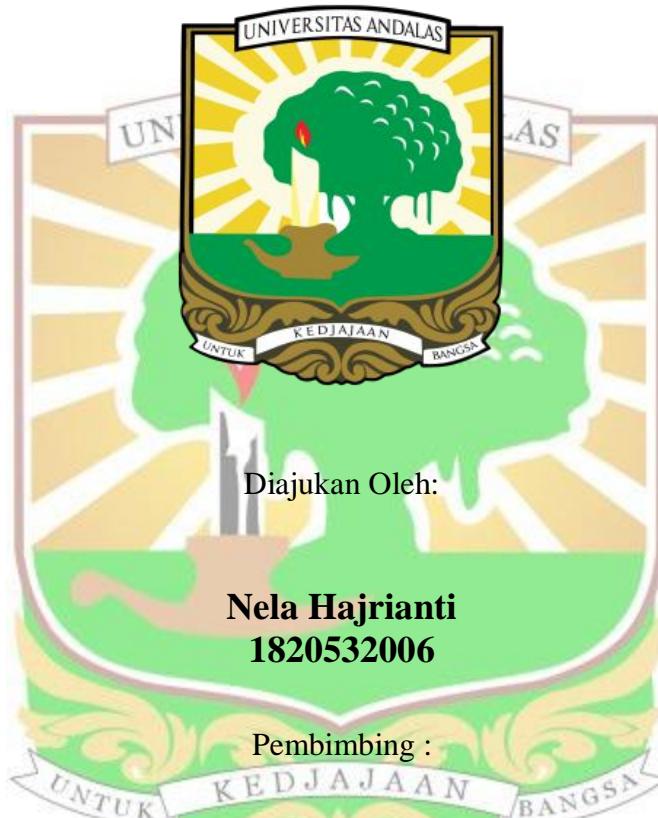


**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 DI
INDONESIA**

TESIS



Dr. Amy Fontanella,S.E.,M.Si.,Ak.,CA

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia

Oleh: Nela Hajrianti (1820532006)

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Secara khusus penelitian ini mengidentifikasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dan mengidentifikasi perbedaan pengaruh sebelum dan selama pandemi Covid-19 terjadi. Penelitian ini menggunakan data skunder perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2021. Dengan menggunakan kriteria purposive sampling tepat 377 perusahaan dengan waktu pengamatan 2018-2021 maka jumlah data observasi dalam penelitian ini adalah 1.508. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa pengungkapan CSR berdampak pada nilai perusahaan, dan menunjukkan peningkatan saat terjadi pandemi Covid-19. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR menambah nilai perusahaan, dan memberikan sumbangsih dalam membentuk citra perusahaan. Nilai perusahaan terbentuk dari kontribusi yang dilakukan pada aktivitas sosial, yang terkandung dalam hasil pencapaian perusahaan untuk melestarikan lingkungan, sosial, dan pertimbangan dampak ekonomi. Terdapat perbedaan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebelum dan selama pandemi COVID-19. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR sebelum dan setelah terjadinya Covid-19 berbeda, dalam artian sensitivitas pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan sebelum pandemi Covid-19 berbeda dengan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan selama pandemi Covid-19 terjadi. Dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa terjadi perbedaan struktural sebelum dan selama pandemi Covid-19. Perbedaan ini ditunjukkan dengan meningkatnya persentase pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan (dibuktikan dengan *adjusted R²*) dan bertambahnya rata-rata pengungkapan CSR sebelum dan selama pandemi Covid-19 (terlihat pada nilai *mean* PRE dan POST). Kedua hasil ini menunjukkan dukungan kepada *Legitimacy theory*, dalam temuan ini nilai perusahaan sejalan dengan sistem nilai sosial. Di mana hal ini terjadi saat perusahaan melakukan aktivitas sosial yang akan menambah nilai perusahaan, terutama disaat masa krisis pandemi Covid-19. Tampaknya perusahaan non-keuangan di Indonesia melakukan peningkatan aktivitas CSR dalam masa pandemi Covid-19, untuk menjaga citra dan nilai perusahaan dengan tujuan melirik perhatian Investor, dengan melakukan aktivitas CSR maka secara tidak langsung perusahaan menunjukkan mereka tidak memiliki permasalahan keuangan.

Kata Kunci : Pengungkapan CRS, Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan

The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Company Value Before and During the Covid-19 Pandemic in Indonesia

Oleh: Nela Hajrianti (1820532006)

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of corporate social responsibility disclosure on firm value. In particular, this study identifies the effect of CSR on company value and identifies differences in influence before and during the Covid-19 pandemic. This study uses secondary data from non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2021. By using purposive sampling criteria there are 377 companies with an observation time of 2018-2021, the number of observation data in this study is 1,508. The results of this study confirm that CSR disclosure has an impact on company value, and shows an increase during the Covid-19 pandemic. CSR disclosure has a positive effect on firm value. This shows that CSR Disclosure adds value to the company, and contributes to shaping the company's image. Corporate value is formed from the contributions made to social activities, which are contained in the results of the company's achievements to preserve the environment, social and economic impact considerations. There are differences in the effect of corporate social responsibility disclosure on company value before and during the COVID-19 pandemic. This shows that CSR disclosure before and after the occurrence of Covid-19 is different, in the sense that the sensitivity of the effect of CSR disclosure on company value before the Covid-19 pandemic is different from the effect of CSR disclosure on company value during the Covid-19 pandemic. From these results it can be explained that there were structural differences before and during the Covid-19 pandemic. This difference is shown by the increasing percentage of the effect of CSR disclosure on firm value (as evidenced by adjusted R²) and the increase in the average CSR disclosure before and during the Covid-19 pandemic (as seen in the mean PRE and POST values). These two results show support for the Legitimacy theory, in this finding the value of the company is in line with the social value system. Where this happens when companies carry out social activities that will add value to the company, especially during the Covid-19 pandemic crisis. It seems that non-financial companies in Indonesia are increasing their CSR activities during the Covid-19 pandemic, to maintain the image and value of the company with the aim of attracting the attention of investors, by carrying out CSR activities, companies indirectly show that they do not have financial problems.

Keywords: CSR Disclosure, Firm Value, Managerial Ownership, Profitability and Firm Size