

# Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia dan Malaysia

*by Dwi Cahyono*

---

**Submission date:** 09-Dec-2021 01:39PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 1725230680

**File name:** 28852-64116-1-PB\_JIA.pdf (274.68K)

**Word count:** 5823

**Character count:** 37879



## Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia dan Malaysia

Dwi Cahyono\*, Aulia Rachmaniyah

Universitas Muhammadiyah Jember, Jl. Karimata 43 Jember, Jawa Timur, Indonesia

\*[dwicahyono@unmuhjember.ac.id](mailto:dwicahyono@unmuhjember.ac.id)

### Riwayat Artikel:

Tanggal diajukan:  
27 September 2020

Tanggal diterima:  
30 November 2020

Tanggal dipublikasi daring:  
28 Desember 2020

**Kata kunci:** kinerja perusahaan; pengungkapan *corporate social responsibility*; reputasi perusahaan.

### Pengutipan:

Cahyono, Dwi & Rachmaniyah, Aulia. (2020). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia dan Malaysia. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 5(2): 264-284.

**Keywords:** company performance; company reputation; corporate social responsibility disclosure.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan dan reputasi perusahaan yang diukur dari harga saham serta membandingkan pengungkapan *corporate social responsibility* antara perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel 57 untuk perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan 27 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Malaysia dengan menggunakan laporan tahunan 2016-2018. Metode pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Model analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Perbandingan pengungkapan *corporate social responsibility* dilakukan dengan uji independent sample t-test menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara perusahaan manufaktur di Indonesia dengan perusahaan manufaktur di Malaysia.

### ABSTRACT

The study aims to analyze and investigate the effect of corporate social responsibility disclosure on the company's performance and reputation measured by the price stock as well as to compare the level of corporate social responsibility disclosure between manufacturing companies in Indonesia and Malaysia. The research was conducted by selecting of 57 the Indonesia manufacturing company public listed on Indonesia Stock Exchange and 27 the Malaysia manufacturing company public listed on Malaysia Stock Exchange and using annual report in 2016-2018. The sample are determined by using purposived sampling technique. Analysis method used is a simple regression. Comparison of corporate social responsibility disclosure using independent sample t-test showed that there were significant difference between manufacturing companies in Indonesia and Malaysia in Indonesia and Malaysia

## **PENDAHULUAN**

Pada era saat ini perkembangan dalam dunia bisnis terus meluas, serta dengan adanya teknologi yang semakin maju membuat seluruh entitas melakukan inovasi dari segala sisi agar perusahaan dapat memenangkan persaingan usaha (Rukmana, Lestari, & Fitriah, 2017). Persaingan usaha yang begitu ketat dalam meningkatkan penjualan membuat seorang pemimpin perusahaan dituntut untuk mengelola perusahaannya secara efektif dan efisien supaya dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan dapat mencapai tujuan tertentu perusahaan, tujuan perusahaan tersebut salah satunya adalah agar pemilik perusahaan atau pemegang saham dapat mendapatkan kekayaan yang maksimal.

Perusahaan yang berpihak kepada pemegang saham mengakibatkan tidak terkendalinya aktivitas eksploitasi sumber daya alam sekitar, dari sinilah menimbulkan keberadaan perusahaan saat ini mengalami kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitar. Padahal dalam menilai sebuah keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusi dan tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan

masyarakat umum. Praktik tanggung jawab perusahaan tersebut biasa dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial muncul dari sebuah perhatian etis perusahaan yang diambil dari sebuah keputusan dan tindakan perusahaan untuk kepentingan sosial, karena ada ketergantungan timbal balik antara bisnis dan masyarakat (Muhamad & Salleh, 2019).

Selain di Indonesia, di Negara Malaysia pun juga menerapkan aktivitas CSR. Pemerintah Malaysia melakukan upaya terhadap perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kepedulian dan kesadaran salah satunya dalam memperhatikan pembuangan limbah. Pemerintah Malaysia melalui lembaga kemasyarakatan juga ikut serta berperan dalam pelestarian lingkungan. Mereka intens mengawasi cakupan permasalahan dampak lingkungan seperti pembuangan limbah beracun, pembakaran lahan, erosi tanah yang mengakibatkan kerusakan lingkungan. Masyarakat yang sadar akan kepedulian terhadap isu-isu lingkungan maka akan mendorong pihak perusahaan untuk mengungkapkan lingkungannya dalam laporan tahunan perusahaan (Ahmad, Nazli, & Sulaiman, 2004).

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan Malaysia tidak lepas dari perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan salah satu indikator suatu kemajuan bangsa yang penting. Negara yang memiliki perusahaan manufaktur akan mampu memenuhi kebutuhan dalam negeri dan mampu bersaing dengan negara lain dalam sektor ekonomi (Setyarini, 2016).

Perekonomian dalam suatu perusahaan semakin meningkat apabila perusahaan tersebut mendapatkan laba atau profit. Perolehan dari suatu laba, perusahaan dapat memenuhi tujuan lain yakni salah satunya CSR. Perusahaan tidak hanya berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualan yang bertujuan untuk mencapai tingkat profitabilitas yang ditargetkan saja melainkan harus mengungkapkan tanggung jawab social perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Mengeluarkan<sup>6</sup> anggaran biaya perusahaan merupakan salah satu hal yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan aktivitas CSR. Biaya tersebut pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Maka dari itu, dengan menjalankan aktivitas CSR, akan menarik perhatian

konsumen dan membuat citra perusahaan akan semakin baik (Kusumadilaga, 2010). Sehingga reputasi perusahaan akan dinilai baik oleh masyarakat, otomatis akan meningkatkan penjualan dan menyebabkan profitabilitas ikut meningkat serta akan mempengaruhi harga saham pada perusahaan.

Beberapa peneliti antara lain Chusaeri et al. (2019) dan Sulistiana, (2017) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Indonesia, sedangkan peneliti lainnya seperti Hendrayani et al. (2017) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Indonesia. Selain itu, Utomo (2019) menemukan hasil bahwa ROE berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Indonesia.

Beberapa peneliti lain seperti Wahab et al. (2017) menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Malaysia, sedangkan Kai & Rahman (2018) menemukan hasil bahwa ROE berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham) di Malaysia.

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu, bahwa penelitian mengenai CSR,

profitabilitas, reputasi perusahaan dan perbedaan pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Hasil dari peneliti terdahulu didapat bahwa terdapat perbedaan hasil uji hipotesis dan juga terdapat kesamaan dalam hasil uji. Oleh karena itu terdapat hasil yang beragam dari peneliti sebelumnya mengenai pengaruh CSR terhadap profitabilitas dan reputasi perusahaan

Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan pandangan yang berbeda dalam menjalankan praktik CSR. Aktivitas CSR perlu untuk dievaluasi keberhasilannya sebagai sebuah tanggung jawab terhadap shareholders dan para investor, karena pengungkapan CSR diperlukan dalam laporan keuangan tahunan. Kinerja keuangan perusahaan atau biasa disebut dengan profitabilitas merupakan sebuah keberhasilan suatu pekerjaan yang telah dicapai oleh suatu perusahaan dan juga sebagai bahan evaluasi manajemen perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas di periode berikutnya (Fasya, 2018).

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia tahun 2016-2018. Alasan menggunakan sampel perusahaan manufaktur adalah

karena perusahaan manufaktur lebih luas dalam pengungkapan lingkungan. Penelitian ini menarik dan penting untuk diteliti karena negara Indonesia dan Malaysia merupakan negara ASEAN yang memiliki kesamaan dari segi sumber daya alam dan usaha dalam menumbuhkembangkan perekonomiannya dan dari segi tingkat perekonomian masih sebanding.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka muncul pertanyaan penelitian yaitu apakah terdapat perbedaan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia periode 2016-2018?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris mengenai perbedaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia.

#### **TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

##### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Sebuah upaya dari suatu perusahaan untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan

dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Aktivitas CSR itu sendiri meliputi pelestarian lingkungan, pembangunan ekonomi berkelanjutan dan pengurangan kemiskinan yang merupakan sebuah upaya perusahaan dalam mengembangkan usahanya secara continue. Perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya aktivitas CSR karena dapat membantu memperbaiki kinerja keuangan dan sebagai akses pemodal, memelihara kualitas kerja, meningkatkan citra perusahaan, serta memperbaiki keputusan pada isu-isu kritis. Terdapat pihak-pihak yang tidak menyetujui pernyataan bahwa CSR dihubung-hubungkan dengan profit perusahaan.

Jadi berdasarkan definisi di atas, CSR sangat penting untuk diterapkan disuatu perusahaan karena memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar dan juga memberikan sebuah keuntungan terhadap stakeholder. Karena dari aktivitas CSR didalam perusahaan juga akan memberikan sebuah image yang terkesan baik dihadapan masyarakat selain akan meningkatkan penjualan, para investor akan tertarik dalam menanamkan sahamnya ke

perusahaan tersebut karena memiliki reputasi yang baik dimata masyarakat. Selain itu, apabila perusahaan terbuka dengan segala informasi terkait dengan CSR, maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat sekitar atau para investor.

### Profitabilitas

Menurut Calvin & Gaol (2015) ukuran ratio profitabilitas antara lain.

a) Marjn Laba Kotor atau *Gross Profit Margin* (GPM)

Rasio ini digunakan untuk mengukur persentase laba kotor dari setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

b) Marjin Laba Bersih atau *Net Profit Margin* (NPM)

Rasio ini digunakan untuk mengukur persentase lababersih dari setiap penualan yang dilakukan oleh perusahaan.

c) Tingkat Pengembalian atas Aset atau *Return on Assets* (ROA)

Rasio ini untuk mengukur efesiensi dari penggunaanaset untuk menghasilkan laba bersih bagi perusahaan.

d) Tingkat Pengembalian atas Ekuitas atau *Return on Equity* (ROE)

Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang diberikan oleh

perusahaan untuk setiap modal dari pemilik.

### **Reputasi Perusahaan (Harga Saham)**

Reputasi merupakan tujuan perusahaan yang harus didapat oleh suatu perusahaan karena merupakan sebuah prestasi. Reputasi perusahaan yang baik akan berdampak baik pula untuk perusahaan karena selain mendapatkan loyalitas dari konsumen, meningkatkan penjualan juga dapat meningkatkan harga saham. Sebaliknya apabila reputasi perusahaan buruk maka akan berdampak buruk bagi perusahaan termasuk mempengaruhi harga saham (Iswadi & Tiasity, 2015).

### **Pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia**

Konsep CSR diterapkan pada masing-masing negara yakni Indonesia dan Malaysia, akan tetapi, dalam mengatur penerapan CSR kedua negara ini memiliki kebijakan CSR yang berbeda. Di Negara Malaysia saat ini tidak ada standar akuntansi untuk mengungkapkan informasi CSR. Tidak adanya standar-standar tersebut, pengungkapan CSR di Malaysia akan dilakukan secara sukarela secara alami. Beberapa inisiatif telah diambil oleh pemerintah untuk meningkatkan pengembangan pelaporan tanggung jawab sosial

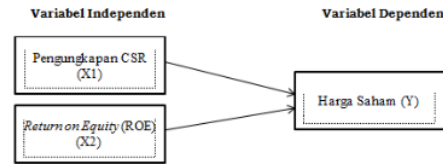
perusahaan di Malaysia. Misalnya, Bursa Malaysia memberikan panduan sukarela tentang pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang wajib untuk semua perusahaan publik yang berlaku mulai 31 Desember 2007 (Mamun, Shaikh, & Easmin, 2017). Meskipun praktik CSR di Malaysia sepenuhnya sukarela dan tidak wajib, pengungkapan kegiatan CSR diketahui memberikan transparansi yang lebih baik. Akibatnya banyak perusahaan di Malaysia secara aktif melibatkan diri dengan kegiatan CSR tidak hanya untuk memenuhi persyaratan, tetapi juga untuk mendapatkan citra perusahaan dan keunggulan kompetitif (Razali, Sin, Lunyai, Hwang, & Yusoff, 2018).

Terkait tanggung Jawab Sosial perusahaan di Indonesia, yang masuk kategori hukum bidang ekonomi sejak 2007 Model kebijakan hukumnya adalah CSR sebagai kewajiban disertai sanksi (mandatory) khususnya bagi perusahaan yang bergerak di sektor usaha sumber daya alam. Ini nampak sejak berlakunya UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) (Sefriani & Wartini, 2016). Sedangkan Di Negara Malaysia pasca-krisis tahun 1998, Malaysia membentuk Finance Committe on Corporate Governance (FCCG) untuk

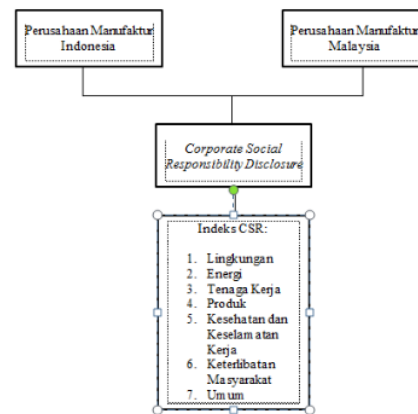
menangani masalah yang berkaitan dengan transparansi perusahaan, akuntabilitas, dan CSR. Perbedaan pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia juga dapat dilihat The Global Competitiveness Index Runkings dimana Malaysia menempati peringkat 24 dan Indonesia diperingkat 38, peringkat ini menunjukkan adanya perbedaan pengungkapan CSR antara Indonesia dan Malaysia (Setyarini, 2016).

Setiap perusahaan menerapkan aktivitas CSR berbeda-beda. Semua ini dilihat dari visi misi perusahaan. Beberapa perusahaan menjalankan aktivitas CSR dengan motif *phylantropy*/kedermawanan saja. Serta ada perusahaan yang menerapkan aktivitas CSR hanya bermotif untuk melaksanakan peraturan saja karena CSR merupakan hal yang sifatnya mandatory. Ada juga perusahaan yang menjalankan CSR bermotif profit, yang tujuannya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Namun demikian, baik perusahaan di Malaysia maupun di Indonesia, aktivitas CSR lebih didominasi dengan memberikan dukungan dana secara sukarela (*voluntary*), bermotif kedermawanan (*philantrophy*), belum berupa kegiatan pemberdayaan masyarakat

(*Community Development*) (Nurjanah & Nurnisya, 2019).



**Gambar 1. Model Penelitian**



**Gambar 2. Uji Beda**

### Perumusan Hipotesis

*Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Reputasi Perusahaan (Harga Saham)*

Pengungkapan CSR dan perkembangan profitabilitas perusahaan dalam pengambilan keputusan jangka panjang, dilihat dari harga sahamnya (Sulistiana, 2017). Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan selain meningkatkan reputasi perusahaan, aktivitas CSR juga memberikan keuntungan bagi



perusahaan salah satunya mendapatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Dan akhirnya produk tersebut semakin dikenal dan penjualan produk tersebut bisa meningkat, sehingga dapat menarik perhatian investor dalam menanamkan saham di perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan nilai saham. Harga saham dapat dijadikan salah satu indikator yang digunakan untuk mengatur variabel reputasi perusahaan.

Berdasarkan penelitian Chusaeri et al. (2019) menjelaskan bahwa dari hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan variabel CSR terhadap harga saham pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi CSR dapat meningkatkan harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini sama dengan hasil penelitian Kapita & Suarda (2018) menyatakan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif pada reputasi perusahaan, pengaruh CSR mampu meningkatkan reputasi perusahaan. Semakin baik pengungkapan CSR maka akan cenderung meningkatkan reputasi perusahaan. Hasil dari penjelasan

diatas terungkap bahwa hasil analisis dari setiap peneliti hampir sama, bahwa aktivitas CSR berpengaruh terhadap reputasi suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi harga saham perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan:

H<sub>1</sub>: Pengungkapan aktivitas CSR berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan (harga saham)

#### *Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Reputasi Perusahaan (Harga Saham)*

<sup>6</sup> Perusahaan melakukan praktik CSR merupakan salah satu bentuk strategi perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Apabila perusahaan tidak menjalankan aktivitas CSR akan membuat masyarakat melakukan protes atau demo akibatnya aktivitas operasi perusahaan akan terhenti dan mengalami kerugian, begitupun sebaliknya apabila perusahaan menjalankan aktivitas CSR akan terhindar dari protes masyarakat sehingga aktivitas operasi perusahaan dapat berjalan dengan baik hal ini dapat mencapai profit keseluruhan.

Praktik CSR perusahaan merupakan sebuah strategi untuk mendapatkan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Jika perusahaan sudah mendapatkan citra yang baik dan mendapatkan kepercayaan masyarakat maka akan

mendapatkan perhatian dari konsumen. Sebuah loyalitas konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan dan kenaikan laba. Kenaikan laba merupakan bukti dari peningkatan profit perusahaan dengan melihat tingkat ROE. ROE yang tinggi salah satu sebagai bentuk pertimbangan investor dalam menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut (Wardani, 2015).

Penelitian Rukmana et al. (2017) menjelaskan bahwa apabila tingkat profitabilitas diukur dengan menggunakan tingkat ROE, diperoleh nilai signifikansi, nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari pengungkapan CSR dengan tingkat profitabilitas yang diprosikan dengan ROE. Sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_0$  diterima atau tidak ada pengaruh antara pengungkapan CSR dengan tingkat profitabilitas. Penelitian tersebut sama dengan hasil dari penelitian Fatah & Haryanto (2016) yang menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan tingkat pengungkapan informasi CSR terhadap ROE.

Hasil dari penjelasan diatas terungkap bahwa hasil hipotesis setiap peneliti berbeda, tergantung dari perusahaan dalam menghasilkan laba. Kenaikan laba didapat salah satunya dari melakukan aktivitas

CSR yang akan membuat perusahaan memiliki reputasi yang baik sehingga akan mendapatkan sebuah loyalitas dari konsumen dalam meningkatkan penjualan yang berdampak pada kenaikan laba dan kenaikan harga saham. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan adalah:

$H_2$ : Profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham)

#### *Pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia*

Aktivitas perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan. Salah satunya aktivitas CSR apabila diterapkan oleh sebuah entitas dapat menghindari adanya konflik sosial dan kerusakan lingkungan. Indonesia dan Malaysia menerapkan konsep CSR yang berbeda sesuai negaranya masing-masing. Dalam penelitian Marthin, Salinding, & Akim (2018) menjelaskan konsep CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan diatur dalam Pasal 74 yang menjelaskan:

- a) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan

- b) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan keaptutan dan kewajiban
- c) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- d) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain itu diatur dalam undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang terdapat dalam beberapa pasal yaitu:

- a) Pasal 15 huruf (b), “Setiap penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”
- b) Pasal 16 huruf (d), “Setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan hidup”
- c) Pasal 16 huruf (e), “Setiap penanam modal bertanggung jawab menciptakan keselamatan,

kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja”

- d) Pasal 17, “Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Di Malaysia tidak ada persyaratan khusus bagi perusahaan *go public* di Malaysia untuk mengungkapkan informasi sosial ke publik, meskipun sejumlah inisiatif mendorong perusahaan untuk melaporkan. Beberapa inisiatif telah diambil oleh pemerintah untuk meningkatkan perkembangan pelaporan CSR di Malaysia. Misalnya, Bursa Malaysia memberikan panduan sukarela tentang pelaporan CSR kepada anggotanya pada tahun 2006 dan kemudian membuat pelaporan CSR wajib untuk semua perusahaan publik yang berlaku mulai tanggal 31 Desember 2007 (Mamun et al., 2017).

Sari, Handayani, & Nuzula (2016) menjelaskan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pengungkapan CSR pada perusahaan multinasional di Indonesia dan Malaysia. Hal ini hampir sama dengan hasil penelitian Setyarini (2016)

bahwa terdapat perbedaan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dan perbedaan pengungkapan CSR antara Indonesia, Singapura dan Malaysia. Hasil dari uraian diatas menjelaskan bahwa terdapat perbedaan dalam pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia dan Malaysia salah satunya dari kebijakan suatu perusahaan di Negara Indonesia dan Malaysia. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan:

H<sub>3</sub>: Terdapat perbedaan pada pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia

## METODE

### Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari data kuantitatif. Data kuantitatif yang digunakan adalah data yang ada di

15  
Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan Bursa Malaysia yaitu [www.bursamalaysia.com](http://www.bursamalaysia.com) pada periode 2016-2018. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria pengambilan sampel sebagai berikut:

- a) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia tahun 2016-2018
- b) Perusahaan manufaktur yang melaksanakan aktivitas CSR pada periode 2016-2018
- c) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dengan periode berakhir 31 desember 2016-2018.

**Tabel 2. Kriteria Pengambilan Sampel Perusahaan Manufaktur (Indonesia)**

No	Kriteria	Total
1	Total Populasi	141
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR secara <i>continue</i> tahun 2016-2018	(38)
3	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan secara <i>continue</i> tahun 2016-2018	(55)
4	Perusahaan yang tidak mempublikasikan data mengenai Equitas dalam laporan keuangan secara <i>continue</i> tahun 2016-2018	(21)
5	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan tahunan dalam rupiah	(7)
	Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria	20

**(Malaysia)**

No	Kriteria	Total
1	Total Populasi	116
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR	(64)
10 3	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan secara continue tahun 2016-2018	(34)
4	Perusahaan yang tidak mempublikasikan data mengenai Equitas dalam laporan keuangan secara continue tahun 2016-2018	(9)
	Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria	9

**Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

*Variabel Independen*

Dalam penelitian ini variabel independen atau variabel bebas yang digunakan adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

a) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tingkat pengungkapan CSR yang dilaporkan perusahaan pada laporan tahunan akan dibandingkan dengan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Informasi yang didapat mengenai pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan diperoleh dari laporan tahunan, laporan keuangan dan laporan berkelanjutan terhadap indikator G3 Global Reporting Initiatives (GRI) yang terdiri dari 7 bagian yakni: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan Umum. Dengan total 79 item pengungkapan yang harus dipenuhi

perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial.

*Variabel Dependen*

a) *Return on Equity* (ROE)

*Return on Equity* (ROE) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih dengan *total equity* perusahaan.

b) Reputasi Perusahaan

Dalam penelitian ini reputasi perusahaan dapat dilihat dari harga saham di akhir tahun yaitu close price. Sehingga harga saham dapat dilihat dari harga saham disetiap tahunnya.

**Teknik Analisis Data**

*Analisis Statistik Deskriptif*

Analisis deskriptif adalah bertujuan untuk menguji hipotesis (pernyataan sementara) dan penelitian yang bersifat deskriptif. Penerapan jenis uji statistik untuk penelitian yang bersifat deskriptif,

sangat tergantung dari skala pengukurannya.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5%. Jika nilai signifikansi dari nilai *Kolmogorov-Smirnov* > 5%, data yang digunakan berdistribusi normal.

13

#### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada regresi linier untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1.

#### Analisis Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi Berganda bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain.

13

Adapun persamaan dari regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

$\bar{Y}$  :Harga Saham

$X_1$  :Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

$X_2$  :Return on Equity

a :Konstanta

$b_1$ - $b_2$  :Koefisien Regresi

e :Standard Error Estimates

#### Uji Independent Sample t-test

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan pengaruh pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia. Sebelum dilakukan uji *t test* sebelumnya dilakukan uji kesamaan varian (homogenitas) dengan F test. Pengambilan keputusan hipotesis jika:

$H_0 > 0,05$ , maka hipotesis diterima.

Jika  $H_0 < 0,05$ , maka hipotesis ditolak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode purposive *sampling* untuk menentukan sampel. Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan-perusahaan manufaktur di Malaysia yang terdaftar di Bursa Malaysia. Penelitian ini mengambil sampel selama 3 tahun, yaitu 2016, 2017 dan 2018.

**Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif**

Perusahaan	Rasio Keuangan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Indonesia	CSR	60	0,13	0,89	0,5190	0,17078
	ROE	60	0,00	0,32	0,1080	0,08106
	RP	60	60,00	1990,00	669,3115	517,77020
	Valid N (listwise)	60				
Malaysia	CSR	30	0,03	0,13	0,0679	0,02731
	ROE	30	0,03	0,46	0,0976	0,08519
	RP	30	525,00	8850,00	2678,5000	2221,18800
	Valid N (listwise)	30				

14

Sumber: Data sekunder yang diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel diatas menyajikan jumlah dalam penelitian pada perusahaan Indonesia adalah 60 dan perusahaan Malaysia adalah 30. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia memiliki nilai rata-rata sebesar 0,5190 dengan standar deviasi 0,17078 yang berarti perusahaan sampel rata-rata mengungkapkan CSR sebanyak 52% dari 79 item. Sedangkan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Malaysia memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0679 dengan standar deviasi 0,02731 yang berarti perusahaan sampel rata-rata mengungkapkan CSR sebanyak 6,8% dari 79 item. ROE perusahaan Indonesia memiliki rata-rata sebesar 0,1080 dan pada perusahaan

Malaysia 0,0976. Nilai maksimum yang dimiliki perusahaan Indonesia 0,32 dan perusahaan Malaysia 0,46. Nilai minimal pada perusahaan Indonesia sebesar 0,0 dan pada perusahaan Malaysia sebesar 0,03.

Reputasi perusahaan perusahaan manufaktur Indonesia memiliki mean sebesar 669,3115 sedangkan perusahaan Malaysia sebesar 2678,50, nilai maksimum perusahaan Indonesia sebesar 1990,00 sedangkan perusahaan Malaysia sebesar 8850 dan nilai minimum perusahaan Indonesia sebesar 60,00 sedangkan perusahaan Malaysia 525, untuk standar deviasi perusahaan manufaktur di Indonesia sebesar 517,77020 sedangkan perusahaan Malaysia sebesar 2221,18800.

**Tabel 4. Uji Normalitas**

Perusahaan	Variabel	N	Kolmogorov - Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Indonesia	CSR, ROE	60	0,109	0,071	Normal
Malaysia	CSR, ROE	30	0,145	0,109	Normal

Sumber: Data sekunder yang diolah (2020)

**Tabel 5. Hasil Analisis Linier Berganda (Indonesia)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,053	6,062		2,648	0,010
X1 (CSR)	-8,825	8,128	-0,114	-1,086	0,282
X2 (ROE)	46,967	7,955	0,620	5,904	0,000

Sumber: Data sekunder yang diolah (2020)

**(Malaysia)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1621,704	1321,438		1,227	0,23
X1 (CSR)	2141,648	15290,373	0,026	0,14	0,89
X2 (ROE)	9335,42	4901,358	0,358	1,905	0,068

Sumber: Data sekunder yang diolah (2020)

Hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa besarnya nilai CSR dan ROE terhadap harga saham pada perusahaan Indonesia adalah 0,109 sedangkan pada perusahaan Malaysia adalah 0,145. Pada uji normalitas, nilai signifikansi melebihi 0,05. Nilai signifikansi variabel CSR dan ROE terhadap harga saham pada perusahaan Indonesia adalah  $0,071 > 0,05$  sedangkan variabel CSR dan ROE terhadap harga saham pada perusahaan Malaysia adalah  $0,109 >$

$0,05$  maka data residual terdistribusi normal

Hasil dari analisis linier berganda pada perusahaan manufaktur di Indonesia menunjukkan bahwa, nilai signifikan pada CSR terhadap Reputasi Perusahaan (harga saham) adalah sebesar  $0,282 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $-1,086 < t$  tabel  $2.00247$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{1a}$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Sedangkan untuk nilai signifikan pada ROE terhadap Reputasi



Perusahaan (harga saham) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $5,904 > t$  tabel  $2.00247$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2a diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Pada perusahaan manufaktur Malaysia, menunjukkan hasil dari analisis linier berganda bahwa, nilai signifikan pada ROE terhadap Reputasi Perusahaan (harga saham) adalah sebesar  $0,890 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $0,140 < t$  tabel  $2.05183$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1b ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Sedangkan nilai Signifikan pada ROE terhadap Reputasi Perusahaan (harga saham) adalah sebesar  $0,068 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $1,905 < t$  tabel  $2.05183$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2b ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

Tabel diatas menunjukkan besarnya presentasi variasi variabel Reputasi Perusahaan (harga saham) dalam menjelaskan variabel CSR dan ROE. Nilai yang ditunjukkan pada kolom *R Square* pada perusahaan Indonesia sebesar  $0,380$  dan  $0,124$  pada perusahaan Malaysia. Hal ni berarti bahwa variasi variabel Reputasi Perusahaan (harga saham) pada perusahaan Indonesia  $38\%$  dan pada perusahaan Malaysia  $12,4\%$  dapat menjelaskan variasi variabel

pengaruh CSR dan ROE. Sedangkan sisanya pada perusahaan Indonesia yaitu  $62\%$  dan pada perusahaan Malaysia  $87,6\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 6 dapat ditunjukkan bahwa kedua sampel perusahaan Indonesia dan perusahaan Malaysia. Perusahaan Indonesia memiliki rata-rata sampel (*mean*) sebesar  $0,5190$  dan pada perusahaan Malaysia sebesar  $0,0679$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata sampel (*mean difference*) antara perusahaan Indonesia dan perusahaan Malaysia sebesar  $0,4511$  ( $45,11\%$ ) dimana hasil tersebut dapat dianggap memberikan perbedaan yang signifikan pada rata-rata sampel antara perusahaan Indonesia dan perusahaan Malaysia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dan Bursa Malaysia periode 2016-2018.

Pada  $F_{hitung}$  untuk pengungkapan CSR-*Equal Variance Assumed* sebesar  $32,615$  dengan tingkat signifikansi  $0,000$  dan hasil uji  $t$  yang menunjukkan  $t_{hitung}$  untuk pengungkapan CSR- *Equal Variance Not Assumed* adalah  $19,954$  dengan tingkat signifikansi  $0,000$ . Oleh karena dapat diketahui bahwa *output Independent Sample t-test* diperoleh Sig. (2-tailed) sebesar

**Tabel 6. Koefisien Determinasi**

Perusahaan	Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Indonesia	CSR, ROE	0,617	0,380	0,359	7,72562
Malaysia	CSR, ROE	0,351	0,124	0,059	2155,14076

Sumber: Data sekunder yang diolah (2020)

**Tabel 7. Uji Beda Independent Sample t-test**

Perusahaan Manufaktur		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pengungkapan CSR	Indonesia	60	0,5190	0,17078	0,02205
	Malaysia	30	0,0679	0,02731	0,00499

12

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Pengungkapan CSR	Equal variances assumed	32,615	0	14,335	88	0	0,45105
	Equal variances not assumed			19,954	64,843	0	0,45105

Sumber: Data sekunder yang diolah (2020)

0,000 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia dengan perusahaan manufaktur di Malaysia.

#### **Pengaruh Pengungkapan CSR (X1) terhadap Harga Saham (Y2)**

Berdasarkan hasil uji t untuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Harga Saham diperoleh bahwa H1a dan H1b ditolak, hal ini dikarenakan nilai signifikan > 0,05. Hasil hipotesis pada perusahaan manufaktur di Indonesia

dan Malaysia sama. Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan yang terdaftar di bursa Malaysia periode 2016-2018.

#### **Pengaruh Return on Equity (X2) terhadap Harga Saham (Y)**

Berdasarkan hasil uji t untuk *Return on Equity* terhadap reputasi perusahaan (harga saham) diperoleh

bahwa H2a diterima dan H2b ditolak, hal ini dikarenakan H2a nilai signifikan < 0,05 dan H2b memiliki nilai signifikan > 0,05. Hasil hipotesis kedua pada perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia berbeda. Hipotesis kedua pada perusahaan Indonesia bahwa *Return on Equity* berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan (harga saham) sedangkan hipotesis kedua pada perusahaan Malaysia bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan (harga saham).

#### **Perbedaan Pengaruh pengungkapan CSR di Indonesia dan Malaysia**

Berdasarkan hasil pengujian variabel reputasi perusahaan (harga saham) pada uji normalitas kolmogorov-smirnof didapatkan hasil data berdistribusi normal sehingga diuji dengan menggunakan uji Independent Sample t-test hasilnya dikatakan bahwa nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat perbedaan yang signifikan antara perusahaan Indonesia dan perusahaan Malaysia.

#### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

Bedasarkan hasil uji dalam penelitian ini yang menggunakan sampel 57 untuk perusahaan manufaktur Indonesia dan 27 untuk perusahaan manufaktur Malaysia,

bahwa tidak ada pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas (ROE) dan reputasi perusahaan. Hal ini dikarenakan kurangnya sebuah pengungkapan aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaludin (2010) yang melaporkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE).

Hasil penelitian variabel *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur di Indonesia dan Malaysia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan (harga saham). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaludin (2010) yang menyatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi perusahaan (harga saham).

Hasil pengujian variabel *Corporate Social Responsibility* pada uji normalitas kolmogrov-smirnof didapatkan hasil data berdistribusi

normal sehingga diuji dengan menggunakan uji independent sample t-test dan ditemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara perusahaan manufaktur di Indonesia dengan perusahaan manufaktur di Malaysia.

## REFERENSI

- Ahmad, N., Nazli, N., & Sulaiman, M. (2004). Environmental Disclosure in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective. *International Journal of Commerce & Management*, 14(1).
- Celvin, H., & Gaol, R. L. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 139–166.
- Chusaeri, N., Maslichah, & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2016. *E-JRA*, 08(04), 1–11.
- Fasya, A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 13(2), 145–162.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jipak.v13i2.5012>
- Fatah, K. A., & Haryanto, M. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1–20.
- Hendrayani, A. A. D., Wiagustini, N. L. P., & Sedana, I. B. P. (2017). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Leverage terhadap Harga Saham: Profitabilitas sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(11).
- Iswadi, A., & Tiastity, R. (2015). Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 217–226.
- Kai, K. De, & Rahman, I. B. A. (2018). The Impact of Financial Indicators towards Stock Returns of Finance Companies Listed on Bursa Malaysia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 8(3), 128–140.  
<https://doi.org/10.6007/ijarafms/v8-i3/4546>
- Kapita, N. M. Y., & Suarda, K. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan Manufaktur. 24, 1190–1219.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p14>
- Kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di

Bursa Efek Indonesia).  
Universitas Diponegoro.

Mamun, M. A., Shaikh, J. M., & Easmin, R. (2017). Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysian Business. *Academy of Strategic Management Journal*, 16(2), 29–47.

Marthin, M., Salinding, M. B., & Akim, I. (2018). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1), 111–132. <https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>

Muhamad, R., & Salleh, N. A. M. (2019). *Strategic Corporate Social Responsibility in Malaysia* (1st ed.). London: Routledge.

Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2019). Pelaksanaan Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) dan Komunikasi CSR. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 93–107.

Razali, M. W. M., Sin, W. H. S., Lunyai, J. A., Hwang, J. Y. T., & Yusoff, I. Y. M. (2018). *Corporate Social Responsibility Disclosure and Firm Performance of Malaysian Public Listed Firms*. 11(9), 86–95. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n9p86>

Rukmana, Y. T., Lestari, R., & Fitriah, E. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Tingkat Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listed di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Akuntansi*, 3(2), 173–182. Bandung: Universitas Islam Bandung.

Sari, W. A., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan (Studi Komparatif Pada Perusahaan Multinasional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 74–83.

Sefriani, & Wartini, S. (2016). Model Kebijakan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, 24(24).

Setyarini, R. B. (2016). *Pengaruh Pengungkap Corporate Social Responsibility (CSR) Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indo*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sulistiana, I. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JAK (Jurnal Akuntansi): Kajian Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 65–74.

Utomo, A. S. (2019). Pengaruh CSR, ROI, ROE terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal PETA*, 4(1), 82–94.

Wahab, N. B. A., Ahmad, N. B., & Yusoff, H. B. (2017). Corporate Social Responsibility Disclosure

(CSRD) and Company Financial Performance for Environmental Sensitive Companies in Malaysia. *International Journal of Economic Research*, 14(15), 115–125.

Wardani, M. K. P. W. (2015). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012)*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

# Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Indonesia dan Malaysia

## ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Syiah Kuala University Student Paper	3%
2	Widy Setyawan, Bramantiyo Eko Putro, Marwan Irawan. "Perancangan Model Return Saham Pada Perusahaan Otomotif Yang Go Public", Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri, 2020 Publication	2%
3	<a href="http://ejournal.ust.ac.id">ejournal.ust.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id">administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://openjournal.unpam.ac.id">openjournal.unpam.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatia, Puji Muniarty. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI", Owner, 2020 Publication	1%

7	<a href="https://smartaccounting.files.wordpress.com">smartaccounting.files.wordpress.com</a> Internet Source	1 %
8	<a href="https://hery-susilo.blogspot.com">hery-susilo.blogspot.com</a> Internet Source	1 %
9	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	Ni Luh Tiya Arini, Ni Nyoman Ayu Suryandari, A.A. Putu Gde Bagus Arie Susandya. "ANALISIS IMPLEMENTASI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER GOODS", Journal of Applied Management and Accounting Science, 2019 Publication	1 %
11	Afrizal Tahar, Dewi Rachmawati. "Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)", Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi, 2020 Publication	1 %
12	<a href="http://perweb.firat.edu.tr">perweb.firat.edu.tr</a> Internet Source	1 %
13	<a href="https://journal.unhas.ac.id">journal.unhas.ac.id</a> Internet Source	1 %



14

Internet Source

1 %

15

Submitted to Universitas Katolik Widya  
Mandala

Student Paper

1 %

16

Yateno Yateno. "INTELLECTUAL CAPITAL  
IMPACT PADA FINANCIAL PERFORMANCE  
PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA  
EFEK INDONESIA", FIDUSIA : JURNAL  
KEUANGAN DAN PERBANKAN, 2020

Publication

1 %

17

[eprints.umm.ac.id](http://eprints.umm.ac.id)  
Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 25 words

Exclude bibliography On