

## PERAN KONEKSI POLITIK DALAM MEMODERASI PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI

Dinisa Mareta Diva Prasetya<sup>1)</sup>, Rohmawati Kusumaningtias<sup>2)</sup>, Abdullah Hanif Muthohhari<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: dinisa22128@mhs.unesa.ac.id

<sup>2)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: rohmawatikusumaningtias@unesa.ac.id

<sup>3)</sup>Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Airlangga

E-mail: abdullah.hanif.muthohhari-2023@feb.unair.ac.id

### Abstract

*The energy sector plays a vital role in the global economy, with increasing sustainability challenges. In this context, corporate social responsibility (CSR) has become one of the important strategies to create sustainable value for companies. This study examines the effect of CSR on firm value in the energy sector in Indonesia, with a focus on the role of political connections as a moderating variable. CSR has become an important strategy in improving corporate image and value, but its effectiveness is often affected by external factors, including political connections. This study uses data from 32 energy companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2019-2022 period. Tests were conducted using moderated regression analysis. The results show that CSR has a significant positive effect on firm value, as measured by Tobin's Q. However, political connections do not have a direct effect on firm value. In contrast, political connections are shown to strengthen the relationship between CSR and firm value. This finding suggests that political connections may provide competitive advantages, such as regulatory ease and fiscal incentives, that support the implementation of CSR. This study contributes to the CSR literature by highlighting the importance of political connections in moderating the effect of CSR in the energy sector. The practical implication of this study is the need for firms to strategically leverage political connections to increase the effectiveness of their CSR programs.*

**Keywords:** CSR, Political Connection, Firm Value

### 1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi atensi yang menarik dalam literatur akuntansi, keuangan, dan manajemen karena perannya yang substansial dalam menghasilkan nilai ekonomi dan sosial perusahaan. Dalam beberapa dekade terakhir CSR menjadi fokus strategis pembuat kebijakan, praktisi dan akademisi (Sergeeva & Kapetanaki, 2022). Program CSR dianggap dapat menjadi investasi bagi perusahaan untuk *sustainability* perusahaan dan tidak lagi dianggap sebagai biaya tetapi sebagai sarana menghasilkan keuntungan (Teguh Ari Maulana, 2023). Peraturan mengenai CSR pada perusahaan sektor energi diatur UU PT Pasal 108 ayat (1) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara. Di Indonesia, perusahaan tambang telah menjadikan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai komponen penting dari operasi mereka. Sebagian

besar perusahaan energi juga telah menerapkan program CSR yang berfokus pada peningkatan kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan di tempat operasional mereka (Ma'ulla & Rachmawati, 2024). Karena dampak lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan sangat signifikan, CSR menjadi penting karena dapat digunakan sebagai alat strategis untuk menanggapi tantangan keberlanjutan dan ekspektasi sosial masyarakat, yang berimbas pada keuntungan finansial berupa peningkatan nilai perusahaan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa Praktik CSR dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya dalam jangka panjang, dengan menerapkan kebijakan yang berkelanjutan seperti penggunaan sumber daya yang efisien, pengelolaan limbah yang lebih baik, dan penghematan energi (Nopriyanto, 2024). Akan tetapi, hubungan antara CSR dan nilai perusahaan tidak selalu langsung dan sederhana, hubungan keduanya sering kali dipengaruhi berbagai faktor

eksternal seperti koneksi politik. Beberapa perusahaan sering kali justru memanfaatkan koneksi politik dalam upaya melindungi mereka dari sorotan publik dan risiko litigasi (Saraswati, 2020).

Koneksi politik dapat dikatakan seperti pedang bermata rangkap yang dapat menciptakan dinamika yang kompleks dalam hubungan CSR dan nilai perusahaan. (Joseline, 2021). Perusahaan dengan pengaruh koneksi politik memiliki kemudahan akses sumber daya, pasar, persoalan regulasi pajak dan pinjaman (Maulana & Wati, 2020). Studi mendukung bahwa koneksi politik dapat memberikan keuntungan kompetitif, seperti akses yang lebih mudah ke pembiayaan, perlindungan regulasi, dan insentif fiskal (Faccio, 2016). Kendati demikian koneksi politik dapat berpengaruh negatif apabila hubungan politik justru dijadikan 'tameng' dalam mengurangi komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial yang berakibat melemahkan kredibilitas dan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Hal ini karena koneksi politik sering kali mengalihkan perhatian perusahaan dari tanggung jawab sosial ke arah agenda politik yang menguntungkan kelompok tertentu (Rashid, 2024). Perusahaan yang mempunyai koneksi politik simbolis lebih cenderung mengganti CSR dengan aset politik dalam membangun reputasi (Dang, 2022). Hal ini menghasilkan dilema etis di mana perusahaan yang seharusnya bertanggung jawab terhadap masyarakat justru berkonsentrasi pada kepentingan politik dan ekonomi jangka pendek.

Penelitian ini menguji pengaruh antara tanggung jawab sosial (CSR) dan nilai perusahaan, dengan menitikberatkan pada peran koneksi politik sebagai variabel moderasi. Perusahaan sektor energi termasuk dalam perusahaan *high profile* yang operasi bisnisnya secara langsung mempengaruhi kelestarian sumber daya alam ke arah negatif (Istiningrum, 2023). Sektor ini sering berada di bawah tekanan regulasi yang ketat dan sorotan publik yang tinggi. Kajian yang dilakukan oleh Kementerian PPN/Bappenas menemukan bahwa mulai tahun 2022, kehutanan tidak lagi menjadi sumber emisi terbesar di Indonesia, dan energi akan mengambil alih posisinya. Berdasarkan data IEA sektor energi menyumbang 36% emisi GRK global. Di Indonesia sektor energi merupakan salah satu sektor vital dalam perekonomian dan berimbas langsung pada pembangunan ekonomi, mengingat sumber daya alam yang berlimpah dan permintaan energi yang terus berkembang (Margireta & Khoiriawati, 2022). Sebab itu perusahaan di

sektor ini didorong untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial tetapi juga peduli imbas lingkungan dan sosial dari operasionalnya (Pramudita & Widianingsih, 2023). Implementasi CSR yang telah banyak dilakukan perusahaan energi di Indonesia dianggap tidak dapat mengatasi dampak lingkungan dan sosial yang ditimbulkan industri ini. Sejalan dengan (Inkina, 2019) mengemukakan bahwa meskipun banyak perusahaan energi mengalokasikan anggaran CSR, program-program tersebut seringkali tidak efektif dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat karena masalah politik dan birokrasi. Penting untuk diingat bahwa kebijakan energi nasional, yang dipengaruhi oleh perubahan politik di tingkat pemerintahan, sangat memengaruhi sektor energi Indonesia. Kebijakan mengenai subsidi energi, pengaturan harga, dan kebijakan terkait energi terbarukan seringkali dipengaruhi oleh pengaruh politik dalam proses pengambilan keputusan (X. L. Li et al., 2021). Oleh sebab itu memahami hubungan antara tanggung jawab sosial (CSR) dan nilai perusahaan dalam sektor energi di Indonesia tidak mungkin tanpa mempertimbangkan peran koneksi politik yang dapat memengaruhi pengelolaan CSR.

Sektor energi yang sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah dan dinamika politik ini, memberikan fokus yang berbeda untuk memahami hubungan politik yang memengaruhi pelaksanaan CSR dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Teori agensi menunjukkan bahwa koneksi politik sering kali menimbulkan konflik kepentingan antara pemilik dan manajemen perusahaan serta meningkatkan manajemen laba (Zhao et al., 2019). Maka dari itu dirasa penting untuk mengetahui sejauh mana peran koneksi politik dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta untuk mengeksplorasi bagaimana koneksi politik dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Peneliti berpendapat bahwa meskipun CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, koneksi politik berpotensi menjadi faktor yang memperlemah pengaruh positif tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur CSR dengan fokus pada sektor energi di Indonesia, dengan mengeksplorasi peran koneksi politik dalam memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Penelitian ini mengembangkan model moderasi konseptual untuk menguji dampak

interaksi antara koneksi politik dan CSR terhadap nilai perusahaan, serta membandingkan dampak CSR pada perusahaan dengan koneksi politik yang kuat dan lemah. Penelitian diharapkan memberikan wawasan penting bagi manajemen perusahaan, regulator, investor, dan pemangku kepentingan lainnya untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait CSR dan keberlanjutan nilai perusahaan di sektor energi.

## 2. LANDASAN TEORI

### Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* (pemangku kepentingan), mempromosikan cara-cara yang efektif, praktis, dan etis untuk mengatur dan mengelola masalah-masalah organisasi dalam situasi lingkungan yang berbeda (Silvia & Epriyanti, 2021). Teori ini berpendapat bahwa manajer harus mengelola tujuan bisnis dengan menyelaraskan mereka dengan tuntutan dan harapan pemangku kepentingan utama, seperti pemasok, konsumen, masyarakat lokal, regulator, lingkungan, dan masyarakat umum (Rodriguez-Gomez, 2020). Teori *stakeholder* bertujuan untuk membahas bagaimana perusahaan dapat memenuhi tuntutan pemangku kepentingan agar tetap beroperasi dan mencapai tujuan perusahaan. CSR berfungsi sebagai alat untuk memenuhi harapan dan tuntutan tersebut, yang dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

### Teori Institusional

Teori Institusional pertama kali di cetuskan Mayern dan Rowan, mengkaji bagaimana organisasi mendapatkan legitimasi dan penerimaan sosial dengan menyesuaikan diri dengan norma, aturan, dan ekspektasi kelembagaan (Meyer & Rowan, 2011). Organisasi dipengaruhi oleh tekanan institusional dari lingkungan eksternal, seperti peraturan pemerintah, standar industri, dan norma-norma masyarakat, yang membentuk perilaku dan praktik perusahaan, adalah tema utama dari teori institusional (Etikan, 2024). Koneksi politik dapat mengubah prioritas perusahaan, seringkali mengakibatkan pengabaian tanggung jawab sosial demi kepentingan politik. Akibatnya, reputasi dan legitimasi perusahaan dapat terancam.

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil *financial* yang baik dihasilkan dari kinerja sosial yang juga kuat (Afifah et al., 2021). Di era modern ini perusahaan bersaing ketat untuk mendapatkan konsumen. *Corporate Social*

*Responsibility* merupakan usaha perusahaan dalam berinvestasi untuk meningkatkan loyalitas konsumen di masa mendatang. Loyalitas konsumen dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang (Natasya et al., 2023). Implementasi CSR pada perusahaan dianggap sebagai kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan, kegiatan yang dilakukan dapat meningkatkan citra dan reputasi mereka di mata publik. Reputasi perusahaan yang baik berdampak pula terhadap keputusan investasi oleh investor. Perusahaan dengan program CSR yang kuat cenderung menjadi pilihan investasi yang lebih etis dan berkelanjutan bagi investor (Nopriyanto, 2024). Keputusan investasi ini tentu menjadi hal vital dalam peningkatan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR berdampak positif terhadap peningkatan harga saham perusahaan (Askiantari & Purwanto, 2024).

H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

#### Koneksi Politik Memoderasi Hubungan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi esensial beberapa dekade terakhir karena minat publik yang semakin meningkat. Terdapat anggapan bahwa perusahaan yang berafiliasi dengan politik seperti memiliki politisi dalam dewan direksi memiliki pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang lebih baik (Bianchi et al., 2019). Namun beberapa penelitian juga menyoroti mengenai kemungkinan kecurangan yang diakibatkan afiliasi politik ini. Bisnis yang dikaitkan dengan politik menjadi rentan menyeleweng dari tujuan yang sebenarnya seperti tindak korupsi (Suroño & Mayangsari, 2022). Koneksi politik mengaburkan tujuan awal CSR sehingga lebih berfokus pada keuntungan jangka pendek. Perusahaan yang memiliki politisi di jajaran dewan direksi lebih mudah mendapatkan pendanaan dan risiko litigasi berkurang, hal ini berdampak pada pengurangan insentif yang dikeluarkan untuk pengungkapan publik CSR (Saraswati et al., 2020). Perusahaan juga dapat mengalami penurunan nilai perusahaan ketika masyarakat dan pemangku kepentingan mulai mempertanyakan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial.

H2 : Koneksi Politik Memperlemah Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.

### 3. METODE PENELITIAN

#### Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan data dari 32 perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2022. Total sampel yang dianalisis sebanyak 128 data poin (32 perusahaan x 4 tahun), yang diperoleh dari laporan tahunan (annual report) perusahaan-perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sesuai kriteria yang dipilih. Pengukuran variabel menggunakan STATA versi 17.

#### Variabel Dependen Nilai Perusahaan

Secara umum nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan semua pemangku kepentingannya melalui manajemen yang berbasis nilai dan hukum (Z. Li et al., 2020) Tobin's Q diciptakan oleh James Tobin yang mengacu pada rasio nilai pasar perusahaan terhadap biaya penggantian asetnya. Penelitian ini memilih pengukuran variabel menggunakan Tobin's Q karena dianggap dapat merepresentasikan kinerja masa lalu maupun ekspektasi di masa mendatang dengan rumus berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Q : Nilai perusahaan  
EMV : Nilai pasar ekuitas  
D : Nilai buku dari total hutang  
EBV : Nilai buku dari total Aset

#### Variabel Independen

##### Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial merupakan kepedulian sosial yang ditimbulkan karena adanya interaksi antar *stakeholder* perusahaan yang didasarkan pada prinsip kesukarelaan. CSR merupakan bentuk tanggungjawab sosial perusahaan sebagai bagian dari usaha peningkatan kinerja perusahaan (Susanti et al., 2021) Pengungkapan didapatkan dari *annual report* berdasarkan 91 item indikator GRI-G4 dengan keseluruhan item yang diperoleh diolah menggunakan rumus menurut (Puspitasari & Ermayanti, 2019) sebagai berikut :

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

CSRDI<sub>j</sub> : Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan-j  
N<sub>j</sub> : Jumlah item-item untuk perusahaan j

X<sub>ij</sub> : *Dummy variable*, jika item diungkapkan maka bernilai 1 dan jika item tidak diungkapkan maka bernilai 0

#### Variabel Moderasi Koneksi politik

Koneksi politik terjadi ketika terdapat hubungan antara pihak tertentu dan pihak yang memiliki kepentingan politik untuk mencapai tujuan yang menguntungkan kedua belah pihak (Sugiyarti, 2017). Pada penelitian ini koneksi politik diukur menggunakan variabel *dummy*, skor satu diberikan apabila terdapat anggota dewan yang memiliki koneksi politik dan skor 0 apabila tidak terdapat anggota dewan yang memiliki koneksi politik. Kriteria memiliki koneksi politik mengacu pada penelitian (Saraswati et al., 2020) yakni sedang berafiliasi pada partai politik dan pernah mengemban jabatan di pemerintahan.

#### Variabel Kontrol ROA

*Return on Asset* (ROA) adalah ukuran kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari aktivitas investasi. Tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan sebanding dengan posisinya dalam penggunaan aset dan daya tariknya terhadap investor, karena tingkat pengembalian yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih diminati oleh investor (Subkhi Mahmasani, 2020). Perhitungan ROA menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

#### DER

*Debt to Equity Ratio* (DER), rasio yang menunjukkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang kepada pihak luar, merupakan indikator tentang kemampuan perusahaan untuk memperoleh solvabilitas (Silvia & Epriyanti, 2021). Persentase DER dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

#### Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan sebelum dilakukan uji hipotesis pada penelitian ini antara lain analisis statistik deskriptif dan uji *person correlation*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda atau *Moderated*

Regression Analysis (MRA), yang dirumuskan dalam persamaan berikut:

$$TOBINSQ = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 Politik + \beta_3 CSR.PC + \beta_4 ROA + \beta_5 DER + \epsilon$$

$$TOBINSQ = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 ROA + \beta_3 DER + \epsilon$$

$$TOBINSQ = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 PC + \beta_3 ROA + \beta_4 DER + \epsilon$$

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Kriteria Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah Sampel
1.	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2022	76
2.	Perusahaan sektor energi yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara lengkap dalam laporan tahunan selama 2019-2022	(15)
3.	Perusahaan yang tidak memiliki data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian	(29)
Jumlah perusahaan sampel yang memenuhi kriteria		32
Jumlah sampel selama periode penelitian: 4 tahun x jumlah sampel		128

#### Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Mean	Median	Minimum	Maximum
TOBINSQ	0.817	0.495	0.050	4.740
CSR	0.501	0.520	0.070	0.900
PC	0.672	1.000	0.000	1.000
ROA	4.645	4.160	-69.940	66.880
DER	1.905	1.125	-39.330	57.160

Analisis statistik deskriptif dilakukan sebelum pelaksanaan uji lain seperti uji *person correlation* dan uji utama regresi (MRA). Uji ini dilaksanakan menggunakan data asli sebelum dilakukan *winsorizing* pada data yang diolah. Berdasarkan tabel hasil uji diatas menunjukkan data statistik 128 data dari 32 perusahaan sampel observasi. Variabel Tobins Q memiliki rata-rata 0,817 dengan nilai

minimal 0,050 dan maksimal 4,740. Variabel CSR memiliki rata-rata 0,501 dengan nilai minimal 0,070 dan maksimal 0,900. Variabel Politik merupakan variabel *dummy* sehingga data hanya terdiri dari angka 0 dan 1 memiliki rata-rata 0,672. Variabel ROA dan DER adalah variabel kontrol dengan rata-rata masing-masing variabelnya 4,645 dan 1,905.

#### Uji Person Correlation

Tabel 3 Hasil Uji Person Correlation

	TOBINSQ	CSR	PC	ROA	DER
TOBINSQ	1.000				
CSR	0.709*** (0.000)	1.000			
PC	0.056 (0.529)	-0.044 (0.623)	1.000		
ROA	0.369*** (0.000)	0.326*** (0.000)	0.068 (0.448)	1.000	
DER	-0.150* (0.000)	-0.184** (0.000)	0.080 (0.000)	-0.157* (0.000)	1.000

(0.090) (0.037) (0.370) (0.077)

*p*-values in parentheses

\* *p* < 0.1, \*\* *p* < 0.05, \*\*\* *p* < 0.01

Berdasarkan hasil uji *person correlation* menunjukkan variabel CSR berpengaruh sangat kuat terhadap variabel TobinsQ dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,01 yakni sebesar 0,000. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan mengenai hubungan nilai perusahaan yang pada penelitian ini diukur melalui TobinsQ dan penerapan CSR pada perusahaan. Pada variabel moderasi variabel Politik menunjukkan tidak terdapat hubungan pengaruh terhadap TobinsQ dengan nilai signifikansi 0,529 dan 0,623 terhadap variabel CSR. Variabel kontrol pada penelitian ini yakni ROA dan DER menunjukkan adanya

hubungan pengaruh yang fluktuatif. Pada variabel TobinsQ dan CSR, ROA berpengaruh sangat kuat dengan nilai signifikansi 0,000 namun tidak berpengaruh pada variabel politik dengan nilai signifikansi 0,448. Sedangkan variabel DER menunjukkan terdapat pengaruhnya pada variabel TobinsQ, CSR dan ROA dengan nilai signifikansi 0,090; 0,037; dan 0,077 berturut-turut. Namun juga tidak memiliki pengaruh pada variabel politik dengan nilai signifikansi 0,370.

**Uji Regresi (*Moderated Regression Analysis*)**

**Tabel 4 Hasil Uji Regresi**

	(1) TOBINSQ	(2) TOBINSQ	(3) TOBINSQ
CSR	2.511*** (10.12)	2.517*** (10.11)	1.926*** (4.94)
PC		0.084 (0.68)	-0.385 (-1.43)
CSRPC			0.929* (1.95)
ROA	0.007* (1.89)	0.007* (1.86)	0.007** (2.01)
DER	-0.002 (-0.26)	-0.003 (-0.29)	-0.004 (-0.37)
_cons	-0.331** (-2.03)	-0.405** (-2.06)	-0.106 (-0.43)
Year FE	Yes	Yes	Yes
r <sup>2</sup>	0.543	0.545	0.559
r <sup>2</sup> <sub>a</sub>	0.520	0.518	0.529
N	128	128	128

*t* statistics in parentheses

\* *p* < 0.1, \*\* *p* < 0.05, \*\*\* *p* < 0.01

Berdasarkan hasil uji utama terhadap 3 model persamaan sebelumnya disajikan pada tabel 4 sebagai berikut. Analisis regresi menunjukkan hubungan signifikan positif pada tingkat 1% secara statistik pada model 1 yakni TOBINSQ dan CSR (coef. = 2.511, t = 10,12) dengan variabel control ROA signifikan dan DER tidak menunjukkan signifikansi terhadap TOBINSQ. Hal ini menunjukkan pengaruh CSR terhadap TOBINSQ sangat kuat. Pada model persamaan kedua uji regresi dilakukan dengan memasukkan variabel moderasi koneksi politik (PC) hasilnya menunjukkan

CSR masih berpengaruh sangat kuat terhadap TOBINSQ (coef = 2,517, t = 10,11) sementara PC tidak signifikan menunjukkan PC tidak memiliki pengaruh langsung terhadap TOBINSQ dengan variabel kontrol yang masih sama ROA berpengaruh terhadap TOBINSQ dan DER tidak.

Pada model persamaan 3 pengujian dilakukan untuk mengetahui peran PC terhadap hubungan CSR dan TOBINSQ maka memunculkan variabel CSRPC yakni perkalian antara CSR dan PC. Hasil uji menunjukkan hubungan CSR dan TOBINSQ

tetap memiliki signifikansi positif meskipun koefisiennya menurun (coef = 1926, t = 4,94). Hubungan PC dan TOBINSQ masih tidak menunjukkan signifikansinya, sedangkan pada PC sebagai variabel pemoderasi antara CSR dan TOBINSQ menunjukkan hubungan signifikansi positif pada tingkat 10% . Hubungan CSPR dan TOBINSQ (coef = 0,929, t = 1,95) mengindikasikan bahwa PC dapat mempengaruhi hubungan CSR dan TOBINSQ namun tidak berpengaruh langsung terhadap TOBINSQ. Pada variabel kontrol masih mengalami hal serupa seperti model persamaan sebelumnya ROA berpengaruh signifikan terhadap TOBINSQ sedangkan DER tidak memiliki pengaruh. Selanjutnya berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan, Hipotesis pertama (H1) diterima sedangkan Hipotesis kedua (H2) ditolak.

#### **Pengaruh Pelaksanaan CSR Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji regresi, variabel CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan sesuai dengan hipotesis 1 (H1) yang diajukan. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Sesuai dengan teori *Stakeholder* yang mengatakan bahwa perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban terhadap pemangku kepentingan juga akan mendapatkan posisi keuangan yang lebih baik. Hal ini menunjukkan perusahaan yang telah menjalankan tanggung jawab sosialnya mendapat kepercayaan oleh pelanggan dan masyarakat sehingga mampu meningkatkan profitabilitasnya (Rais et al., 2024). Diluar sebagai bentuk kepedulian, CSR bermanfaat dalam menghemat biaya dan konsumsi energi dan sekaligus memberikan manfaat finansial yang memotivasi perusahaan ikut serta dalam kegiatan CSR (Ikram et al., 2020). Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang juga menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yakni pada penelitian (Afifah et al., 2021) dan (Askiantari & Purwanto, 2024) bahwa terdapat pengaruh positif antara CSR dan nilai perusahaan dengan upaya peningkatan reputasi yang berimbas pada keputusan investasi oleh investor.

#### **Pengaruh Koneksi Politik Terhadap Hubungan CSR dan Nilai Perusahaan**

Hasil uji regresi pada koneksi politik sebagai faktor yang mempengaruhi hubungan

CSR dan nilai perusahaan menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif. Meskipun hasil uji dinyatakan signifikan, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis 2 (H2) karena koneksi politik terbukti dapat memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan bukan malah melemahkannya. Koneksi politik bukannya dipandang sebagai faktor yang mengaburkan tujuan CSR oleh masyarakat namun justru memberikan persepsi positif karena hubungan sektor bisnis dan politik dianggap wajar dan menguntungkan (Rheny Afriana Hanif, 2023). Praktek CSR yang dijalankan dengan dukungan afiliasi politik dapat memperkuat dampak CSR terhadap nilai perusahaan karena kemudahan regulasi, kontrak pemerintah dan insentif fiskal (Suroño & Mayangsari, 2022). Dalam beberapa negara seperti Indonesia, figur politik dalam jajaran dewan direksi seringkali juga dilihat sebagai sosok panutan dan memiliki citra positif yang mendukung *endorsement* perusahaan. Figur politisi ini juga mendorong investor cenderung lebih percaya perusahaan dapat mengelola risiko eksternal secara lebih efektif (Joseline et al., 2021).

#### **5. KESIMPULAN**

Sektor energi di Indonesia telah melaksanakan tanggungjawab sosial dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Praktik CSR yang baik terbukti mampu meningkatkan *brand image* dan nilai harga saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Tobins Q). Koneksi politik berperan dalam memperkuat pengaruh hubungan antara CSR dan nilai perusahaan karena koneksi politik memberikan dampak baik seperti peningkatan citra perusahaan, kemudahan regulasi dan dukungan pemerintah lainnya. Penelitian ini hanya mencakup satu sektor dan rentang waktu penelitian yang singkat. Selanjutnya, penggunaan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI)-G4 sebagai pengukuran CSR dirasa kurang relevan karena belum sepenuhnya mencerminkan pelaksanaan CSR yang berdampak langsung terhadap nilai perusahaan. Saran yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya, mempertimbangkan memperluas cakupan sektor industri dan rentang waktu sampel. Serta menggunakan variabel maupun indikator lain dalam pengukuran praktik CSR

REFERENSI

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Askiantari, A. E., & Purwanto, A. (2024). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(2), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Bianchi, M. T., Monteiro, P., Azevedo, G., Oliveira, J., Viana, R. C., & Branco, M. C. (2019). Political connections and corporate social responsibility reporting in Portugal. *Journal of Financial Crime*, 26(4), 1203–1215. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2018-0111>
- Dang, V. Q. T., Othman, I., & So, E. P. K. (2022). Does the nature of political connection matter for corporate social responsibility engagement? Evidence from China. *Emerging Markets Review*, 52, 100907. <https://doi.org/10.1016/J.EMEMAR.2022.100907>
- Etikan, J. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR) and its Influence on Organizational Reputation. *Journal of Public Relations*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.47941/jpr.1694>
- Faccio, M. (2016). Discussion of “Corporate Political Connections and Tax Aggressiveness.” *Contemporary Accounting Research*, 33(1), 115–120. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12214>
- Ikram, M., Sroufe, R., Mohsin, M., Solangi, Y. A., Shah, S. Z. A., & Shahzad, F. (2020). Does CSR influence firm performance? A longitudinal study of SME sectors of Pakistan. *Journal of Global Responsibility*, 11(1), 27–53. <https://doi.org/10.1108/JGR-12-2018-0088>
- Inkina, S. (2019). Bureaucratic reform and Russian transition: the puzzles of policy-making process. *Palgrave Communications*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0238-5>
- Istiningrum, A. A. (2023). Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Pada Perusahaan Sektor Energi Di Indonesia. *Sebatik*, 27(1), 183–192. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2018>
- Joseline, J., Frandy, S., & Pangestu, S. (2021). Pengaruh Koneksi Politik terhadap Nilai Perusahaan Non-Keuangan. *Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 68–77. <https://doi.org/10.21632/saki.4.1.68-77>
- Li, X. L., Li, J., Wang, J., & Si, D. K. (2021). Trade policy uncertainty, political connection and government subsidy: Evidence from Chinese energy firms. *Energy Economics*, 99, 105272. <https://doi.org/10.1016/J.ENECO.2021.105272>
- Li, Z., Liao, G., & Albitar, K. (2020). Does corporate environmental responsibility engagement affect firm value? The mediating role of corporate innovation. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1045–1055. <https://doi.org/10.1002/bse.2416>
- Maf'ulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review: Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra

- Perusahaan Pertambangan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 62–75. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.313>
- Margireta, I. A., & Khoiriawati, N. (2022). Penerapan pelaporan sosial pada perusahaan sektor energi yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5630–5637. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2094>
- Maulana, A., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh Koneksi Politik Dan Struktur Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.37932/ja.v8i1.59>
- Meyer, J., & Rowan, B. (2011). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony (translated by Igor Chirikov). *Journal of Economic Sociology*, 12(1), 43–67. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2011-1-43-67>
- Natasya, D., Risnawati, R., & Yori Apridon M. (2023). E-CRM Untuk Mendorong Loyalitas Pelanggan Di Toko Buah Bunda. *Journal Of Computer Science And Technology (JOCSTEC)*, 1(2), 76–82. <https://doi.org/10.59435/jocstec.v1i2.69>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Pramudita, N. A., & Widianingsih, L. P. (2023). CSR, GCG, dan Kinerja Keuangan: Bukti Empiris dari Perusahaan Sektor Energi dan Basic Material di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 977–1002. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3863>
- Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.409>
- Rais, A. H., Nagu, N., Puspitasari, A., & Adil, M. (2024). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Keberlanjutan. *Jurnal Pabean.*, 6(1), 30–41. <https://doi.org/10.61141/pabean.v6i1.488>
- Rashid, M. H. U., Begum, F., Hossain, S. Z., & Said, J. (2024). Does CSR affect tax avoidance? Moderating role of political connections in Bangladesh banking sector. *Social Responsibility Journal*, 20(4), 719–739. <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2022-0364>
- Rheny Afriana Hanif, Sem Paulus Silalahi, & Fajar Odiatma. (2023). Strategi Bisnis, Koneksi Politik, dan Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.35143/jakb.v16i1.5795>
- Rodriguez-Gomez, S., Arco-Castro, M. L., Lopez-Perez, M. V., & Rodríguez-Ariza, L. (2020). Where does csr come from and where does it go? A review of the state of the art. *Administrative Sciences*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/admsci10030060>
- Saraswati, E., Sagitaputri, A., & Rahadian, Y. (2020). Political Connections and CSR Disclosures in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 1097–1104. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.1097>
- Sergeeva, N., & Kapetanaki, E. (2022). Corporate social responsibility as a strategic narrative: The cases of UK project-based organisations. *Project Leadership and*

- Society*, 3(October), 100073.  
<https://doi.org/10.1016/j.plas.2022.100073>
- Silvia, A., & Epriyanti. (2021). Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2016. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(3), 107–122.  
<https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/136>
- Subkhi Mahmasani. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 274–282.
- Sugiyarti, S. M. P. L. (2017). *Pengaruh Intensitas Aset Tetap , Pertumbuhan Penjualan dan Koneksi*. 5(3), 1625–1641.
- Surono, & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 9(1), 1–26.  
<https://scholar.archive.org/work/6qsf7xujpfbgxajsvn3trkhcsa/access/wayback/>  
<https://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/jat/article/download/10357/pdf>
- Susanti, H. D., Dwi Cahyono, & Astrid Maharani. (2021). Sytematic Literature Review : Determinan Pengungkapan (Csr) Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(2), 105–122.  
<https://doi.org/10.53625/juremi.v1i2.230>
- Teguh Ari Maulana. (2023). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Pt Adaro Energy Tbk). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 575–581.  
<https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.469>
- Zhao, X., Ma, H., & Hao, T. (2019). Acquirer size, political connections and mergers and acquisitions performance: Evidence from China. *Studies in Economics and Finance*, 36(2), 311–332.  
<https://doi.org/10.1108/SEF-05-2017-0112>