

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019)

Gissella Nurcahyani Suharto¹, Agus Wahyudi Salasa Gama², Ni Putu Yeni Astiti³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
gissellanurcahyani15@gmail.com

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat investor untuk membuat suatu keputusan investasi di sebuah perusahaan. Perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik, kinerja yang baik dan tanggung jawab pada lingkungan sosial akan membuat investor yakin mengenai saham yang diinvestasikan di pasar. Selain itu profitabilitas dan ukuran perusahaan juga masih menjadi perhatian yang penting bagi perusahaan sehingga perlu dilakukan pengujian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan melalui profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia, dengan objek penelitian perusahaan manufaktur periode 2017 – 2019. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan purposive sampling, sehingga diperoleh sebanyak 50 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderate Regression Analysis (MRA)*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR dan pelaksanaan GCG, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Profitabilitas dan ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan.

ABSTRACT

The value of a company is one factor influencing investors' interest in making an investment decision in a company. Companies with good corporate governance, good performance and social responsibility will make investors confident about the shares invested in the market. In addition, profitability and size

of the company are also important concerns for the company as it needs to be tested for the impact of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Company's value with Company Profits and Size as a moderation variable. This research aims to find out the influence between Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the value of the company through the profitability and size of the company as a moderate variable. This research was conducted at the Indonesian Effect Exchange, with the research object of the manufacturing company from 2017 to 2019. The sample determination in this research was done with a purposive sampling, so it obtained as many as 50 companies. The data analysis technique used is Moderate Regression Analysis (MRA). Test results show that Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance have a positive and significant impact on the value of the company. It shows that the higher CSR exposure and GCG implementation, the higher the company's value will be. The profitability and size of the company are capable of altering the relationship between Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance towards the value of the company.

Key words: *Corporate values, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Profitability, Corporate Size.*

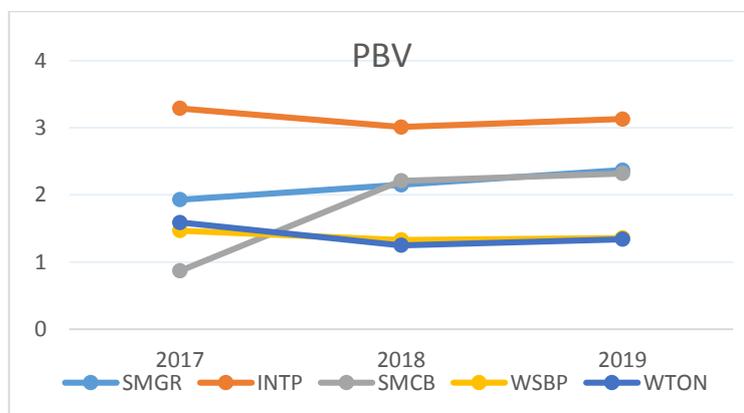
I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini dunia bisnis berada pada tahapan global yang sangat terbuka dengan perubahan yang sangat cepat dan persaingan yang demikian ketat. Sejalan hal tersebut setiap perusahaan melalui kegiatan operasinya akan selalu berusaha mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan untuk mencapai kesejahteraan para pemegang saham. Menurut Wardhani (2013) nilai perusahaan adalah nilai pasar, dimana nilai pasar dapat dilihat dari harga saham perusahaan artinya semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaannya. Salah satu indikator yang digunakan untuk melihat apakah nilai perusahaan memiliki prospek yang baik di masa mendatang adalah kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba (profitabilitas) dan ukuran perusahaan. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satu proksi yang dapat digunakan adalah *price book value* (PBV) atau membandingkan harga saham per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Berikut adalah data perubahan nilai perusahaan yang dilihat dari *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan manufaktur yang diperoleh dari bursa efek Indonesia tahun 2017 – 2019.

Gambar 1
Fenomena Price to Book Value (PBV) Pada Perusahaan Sub Sektor Semen Tahun 2017 – 2019



Sumber: Bursa Efek Indonesia, data diolah oleh penulis (2021)

Dari gambar 1 diatas, menggambarkan pergerakan PBV yang mempengaruhi suatu nilai perusahaan tahun 2017 – 2019. Dimana PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR) pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan dari 1,93 menjadi 2,15. Pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 2,15 menjadi 2,37. Sedangkan PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (INTP) yang mengalami penurunan pada tahun 2017-2018 dari 3,29 menjadi 3,01 dan pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 3,01 menjadi 3,13. Pada PT Holcim Indonesia Tbk nilai PBV pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan dari 0,87 menjadi 2,21 dan terus mengalami kenaikan sampai pada tahun 2019 nilai PBVnya sebesar 2,32. Sedangkan pada PT. Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) pada tahun 2017-2018 nilai PBV nya mengalami penurunan dari 1,47 menjadi 1,33 dan pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 1,33 menjadi 1,36. Selanjutnya, pada PT Wijaya Karya Beton Tbk (WTON) pada tahun 2017-2018 nilai PBVnya mengalami penurunan dari 1,59

menjadi 1,25 sedangkan pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 1,25 menjadi 1,34. Dari data rata-rata PBV pada perusahaan manufaktur sub sektor semen di atas dapat disimpulkan bahwa secara teori nilai perusahaan pada sub sektor semen dikatakan baik karena nilai PBV-nya diatas 1

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dengan harga saham yang tinggi atau rendah. Apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga akan ikut tinggi begitu pula sebaliknya. Pada masa sekarang ini banyak perusahaan yang menggunakan sumber daya untuk operasional perusahaan tetapi tidak dibarengi dengan menjaga sumber-sumber tersebut, sehingga kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial mengiringi perkembangan perusahaan.

Paerusahaan pada saat ini mulai mengembangkan sistem yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan

meningkatkan penjualan perusahaan dan apabila penjualan perusahaan membaik dan berjalan lancar maka nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi, dkk. (2016) mengatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan Karundeng, *et al.*, (2017) mengatakan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Indikator lain yang digunakan adalah *Good Corporate Governance*. Dengan adanya salah satu mekanisme GCG ini diharapkan monitoring manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan akan berdampak juga dengan nilai perusahaan. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem GCG diharapkan kinerja tersebut akan meningkat lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai (Wardoyo dan Veronica, 2013). Penelitian yang dilakukan Hidayah (2020) menyatakan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan Efriyenti (2018) mengatakan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara GCG terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan kinerja perusahaan. Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan dalam penggunaan

aset. Sehingga secara teoritis semakin kuat pula hubungan pengungkapan CSR dan GCG dengan nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Sriwulan (2019) mengatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan Puspaningrum (2014) mengatakan profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap hubungan GCG dengan nilai perusahaan yang dilakukan Hakim (2019) mengatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan Puspaningrum (2014) mengatakan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel moderasi selain profitabilitas. Semakin besar ukuran perusahaan maka tata kelola perusahaan akan dikatakan baik dan semakin besar ukuran perusahaan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan juga semakin lengkap karena perusahaan yang memiliki ukuran yang besar cenderung mendapat perhatian dari para investor. Sehingga secara teoritis semakin besar ukuran suatu perusahaan semakin kuat pula hubungan pengungkapan CSR dan GCG dengan nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Puspaningrum (2014) mengatakan ukuran perusahaan

mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan Efriyenti (2018) menyatakan ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap hubungan GCG dengan nilai perusahaan yang dilakukan oleh Efriyenti (2018) dan Puspaningrum (2014) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, (2) Untuk mengetahui apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dengan nilai perusahaan, (3) Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan, (6) Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* dengan nilai perusahaan.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Stakeholder Theory

Teori *Stakeholder* secara umum berkenaan dengan cara organisasi mengelola *stakeholdernya* (Gray et al., 1997). Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan memerlukan dukungan *stakeholder*, sehingga aktivitas perusahaan juga mempertimbangkan persetujuan dari *stakeholder*. Pada

dasarnya, *stakeholder theory* memaksa institusi untuk mempelajari masalah dan isu-isu kunci yang menjadi perhatian para pemangku kepentingan serta memahami maka dari itu tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur dari indikator ekonominya saja, harus memperhatikan faktor-faktor sosialnya juga, baik internal maupun eksternal, karena keberlangsungan hidup perusahaan tergantung dukungan dari *stakeholder*.

2.2 Legitimasi Theory

Hal yang mendasari teori legitimasi adalah perjanjian social yang ada di antara perusahaan dan masyarakat di mana perusahaan beroperasi dan mengkonsumsi sumber daya (Ulum, 2017:42). Menurut Sulistyawati (2017), teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar (dilegitimasi).

2.3 Agency Theory

Teori agensi merupakan teori yang mendasari pengungkapan *Good Corporate Governance* dalam suatu perusahaan. Menurut R.A Supriyono (2018:63) teori agensi merupakan konsep yang menjelaskan hubungan antara *principal* (pemberi kontrak) dan *agent* (penerima kontrak). Pihak *principal* memberi wewenang kepada agen untuk melakukan transaksi atas nama *principal* dan diharapkan dapat membuat keputusan yang baik bagi prinsipalnya. Dalam perusahaan yang *go public* hubungan agensi dicerminkan oleh hubungan antara investor dan manajemen perusahaan.

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi, dkk. (2016) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Julianti (2015) mengatakan bahwa GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Penelitian yang dilakukan oleh Sriwulan (2019) mengatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Profitabilitas Mampu Memoderasi Pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.4 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2016) mengungkapkan bahwa profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Profitabilitas Mampu Memoderasi Pengaruh antara *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, dkk (2020) ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Ukuran Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.6 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Penelitian yang dilakukan Efriyenti (2018) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Ukuran Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh antara *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

1) Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini nilai perusahaan digunakan sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Nilai perusahaan didefinisikan sebagai gambaran dari nilai pasar (Wardhani, 2013). Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan *Price to Book Value* (PBV). Menurut Sugiarto (2011) PBV merupakan rasio antara harga saham pasar terhadap nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

2) Corporate Social Responsibility

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. CSR adalah upaya sungguh sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Nurdizal, 2011:15). Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting*

dalam istilah lain adalah laporan berkelanjutan, laporan berkelanjutan ini menggambarkan tentang dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan atau dapat disebut dengan istilah *Tripple Bottom Line* (Sulistiyawati & Qadriatin, 2018). Secara sistematis tingkat penerapan CSR dapat dihitung dengan rumus:.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

3) Good Corporate Governance

Dalam penelitian ini juga menggunakan *Good Corporate Governance* sebagai variabel independen. Menurut Cadbury Committee, *corporate governance* adalah suatu sistem yang berfungsi untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para pemegang saham. GCG dalam penelitian ini menggunakan proksi komite audit. Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Keberadaan komite audit diharapkan dapat memberikan nilai tambah terhadap penerapan prinsip-prinsip GCG yang pada akhirnya dapat membatasi atau bahkan mencegah terjadinya kecurangan dalam perusahaan yang pada akhirnya akan mengurangi laba perusahaan.

Komite Audit = Jumlah Komite Audit pada Perusahaan

4) Profitabilitas

Dalam penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi. Profitabilitas menurut Kusuma (2013) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya

dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Assets* (ROA), adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva, dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih. Perusahaan yang memiliki prospek yang baik di masa mendatang, nilai sahamnya akan menjadi tinggi. Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA perusahaan sebagai berikut:

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

5) Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini juga menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Cahyono, *et al* (2016) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala atau nilai yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total asset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan dan jumlah Rumus yang digunakan untuk menilai ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \ln(\text{Total Aktiva})$$

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan alasan dalam kegiatan bisnisnya perusahaan manufaktur bersinggungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana akan berdampak langsung pada lingkungan, dengan jumlah populasi 150 perusahaan. Pemilihan sampel penelitian didasarkan pada metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,

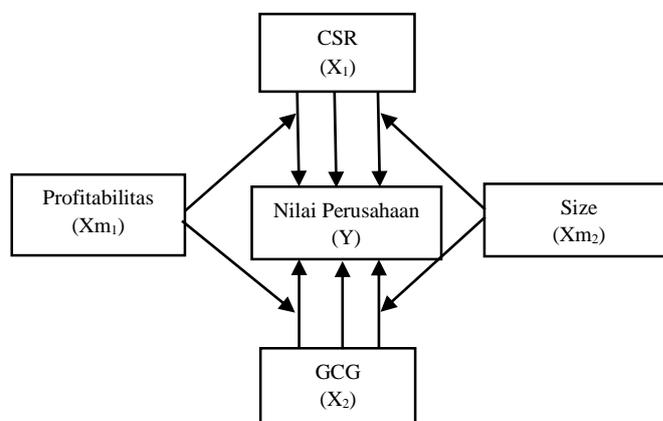
2016:122) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 – 2019.
- 2) Menyediakan laporan tahunan lengkap selama tahun 2017 – 2019.
- 3) Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang Rupiah dari tahun 2017 – 2019
- 4) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan tahapan penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka diperoleh sampel sebanyak 50 perusahaan, dengan 3 tahun pengamatan. Maka total pengamatan adalah sebanyak 150.

3.3 Teknik Analisis

Gambar 2. Model Penelitian



Sumber: Hasil Pemikiran Peneliti (2021)

Teknik analisis data yang digunakan adalah MRA (*Moderate Regression Analysis*). Digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu CSR dan GCG terhadap variabel dependen nilai perusahaan dengan

variabel moderasi profitabilitas dan ukuran perusahaan.

$$PBV = \alpha + \beta_1 \text{ CSR} + \beta_2 \text{ GCG} + \beta_3 \text{ ROA} + \beta_4 \text{ Size} + \beta_5 \text{ CSR} \cdot \text{ROA} + \beta_6 \text{ GCG} \cdot \text{ROA} + \beta_7 \text{ CSR} \cdot \text{Size} + \beta_8 \text{ GCG} \cdot \text{Size} + e$$

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Standarized Beta	t	Signifikansi
Konstanta	0.483		2.625	0.010
CSR	6.087	0.412	7.399	0.000
GCG	0.148	0.158	3.007	0.003
ROA	0.092	0.274	5.063	0.000
Size	-0.030	-0.243	-4.458	0.000
CSR X ROA	1.309	0.372	6.755	0.000
GCG X ROA	0.044	0.164	2.719	0.008
CSR X Size	0.060	0.124	2.234	0.028
GCG X Size	0.006	0.186	3.303	0.001
F = 45.699				
Sig. F = 0,000				
R ² = 0.775				

Sumber : Pengolahan data peneliti

Berdasarkan hasil uji seperti pada Tabel 1 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$PBV = 0.483 + 6.087(\text{CSR}) + 0.148(\text{GCG}) + 0.092(\text{ROA}) - 0.030(\text{Size}) + 1.309(\text{CSR})(\text{ROA}) + 0.044(\text{GCG})(\text{ROA}) + 0.060(\text{CSR})(\text{Size}) + 0.006(\text{GCG})(\text{Size})$$

Dari hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui bahwa nilai perusahaan periode 2017-2019 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebesar 0.483 apabila tidak ada pengungkapan CSR (CSR = 0) dan penerapan GCG dengan proksi komite audit (GCG = 0), tidak ada perputaran laba terhadap asset (ROA = 0), tidak ada perubahan ukuran perusahaan (Size = 0), tidak ada interaksi antara CSR dengan profitabilitas (CSR x ROA = 0), tidak ada interaksi antara GCG (komite audit) dengan profitabilitas (GCG x ROA = 0), tidak ada interaksi antara

CSR dengan ukuran perusahaan (CSR x Size = 0) dan tidak ada interaksi antara GCG (komite audit) dengan ukuran perusahaan (GCG x Size = 0).

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan nilai F hitung yaitu 45.699 dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari taraf nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (CSR, GCG, profitabilitas, ukuran perusahaan, interaksi CSR dan profitabilitas, interaksi GCG dan profitabilitas, interaksi CSR dan ukuran perusahaan serta interaksi GCG dan ukuran

perusahaan) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R²* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Berdasarkan Tabel 1 terlihat bawah nilai *Adjusted R²* sebesar 0,775 yang berarti 77.5% variabel CSR, GCG, profitabilitas, ukuran perusahaan dan variabel yang berinteraksi dalam penelitian ini yaitu CSR dengan profitabilitas, GCG dengan profitabilitas, CSR dengan ukuran perusahaan dan GCG dengan ukuran perusahaan mampu menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 22.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

- 1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pengujian hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa analisis regresi diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 6.087 dan nilai t sebesar 7.399 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi.

Dengan adanya pengungkapan CSR, maka *stakeholder* akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

- 2) Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pengujian hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa analisis regresi diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.148 dan nilai t sebesar 3.007 dengan nilai signifikansi sebesar 0.003 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0.05. Hal ini berarti variabel *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penerapan yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya penerapan GCG maka kinerja perusahaan akan semakin baik yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

- 3) Pengaruh profitabilitas pada hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pengujian hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa analisis regresi diperoleh nilai sebesar 1.309 dan nilai t hitung sebesar 6.755 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang nilai

signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan atau CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya CSR juga dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah, maka hipotesis ketiga diterima. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendapatkan perhatian lebih dari para investor sehingga perusahaan akan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yg lebih yang dapat meningkatkan citranya di depan para pemegang saham dan banyak investor yang ingin berinvestasi di perusahaan tersebut sehingga harga saham akan naik dan menaikkan nilai perusahaan.

- 4) Pengaruh profitabilitas pada hubungan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pengujian hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa analisis regresi diperoleh nilai regresi sebesar 0.044 dan nilai t hitung sebesar 2.719 dengan nilai signifikansi sebesar 0.008 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain GCG dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas tinggi, maka H4 diterima. Hal ini dikarenakan

apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, maka perusahaan tersebut akan melakukan tata kelola perusahaan yang semakin baik semakin harinya terutama pada pengalokasian dana *return* yang dihasilkan. Dengan profitabilitas yang tinggi, tata kelola yang baik, sehingga kinerja perusahaan akan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Apabila kinerja perusahaan baik dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan.

- 5) Pengaruh ukuran perusahaan pada hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pengujian hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa analisis regresi diperoleh nilai sebesar 0.060 dan nilai t hitung sebesar 2.234 dengan nilai signifikansi sebesar 0.028 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat ukuran perusahaan tinggi, maka H5 diterima. Hal ini dikarenakan perusahaan besar cenderung menjadi pusat perhatian para investor sehingga akan melakukan praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih lengkap dibandingkan perusahaan kecil. Dari pengungkapan CSR tersebut investor akan tertarik menanamkan sahamnya di perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan

karena adanya permintaan akan saham yang tinggi.

- 6) Pengaruh ukuran perusahaan pada hubungan *Good Corporate Responsibility* (GCG) terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pengujian hasil yang ditunjukkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa analisis regresi diperoleh nilai regresi sebesar 0.006 dan nilai t hitung sebesar 3.303 dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain GCG dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat ukuran perusahaan tinggi, maka H₆ diterima. Hal ini dikarenakan suatu perusahaan yang besar tentunya kebutuhan akan pendanaan juga meningkat, pendanaan perusahaan salah satunya berasal dari eksternal. Pendanaan eksternal perusahaan bisa dilakukan melalui penerbitan obligasi, saham dan hutang, dimana investor untuk memberi pendanaan tersebut tentunya perlu melakukan penilaian-penilaian kepada perusahaan salah satunya dengan melihat kualitas *corporate governance* perusahaan. Salah satunya melalui komite audit, dimana diharapkan komite audit dapat memberikan keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan menerima dana atas *return* yang mereka berikan sehingga investor mau berinvestasi pada perusahaan. Dengan peningkatan jumlah investor yang tertarik memiliki saham suatu perusahaan maka

akan adanya peningkatan harga saham perusahaan dan peningkatan nilai perusahaan.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya serta mengacu pada tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 3) Profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.
- 4) Profitabilitas mampu memoderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan.
- 5) Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.
- 6) Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian tentunya penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan yang terjadi pada penelitian ini adalah hanya menggunakan variabel CSR dan GCG (komite audit) sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, sampel penelitian hanya dari perusahaan manufaktur yang berjumlah 50 perusahaan dengan tahun pengamatan hanya 3 tahun yakni 2017-2019 serta subyektif dalam menilai luas pengungkapan. Sehingga hal ini mungkin mempengaruhi hasil penelitian.

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebagai berikut:

- 1) Bagi perusahaan
 - a) Perusahaan diharapkan memberikan informasi secara rinci dan lengkap mengenai apa saja CSR yang dilaksanakan dengan mengikuti pedoman yang berlaku untuk memudahkan penelitian kedepannya dalam meneliti variabel CSR.
 - b) Perusahaan diharapkan dapat melaksanakan program CSR secara berkelanjutan dengan tidak hanya memfokuskan di satu tempat atau satu kegiatan saja melainkan juga dengan kegiatan yang lain dengan tempat yang berbeda pula.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya
 - a) Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen yaitu CSR dan GCG dengan proksi komite audit serta profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dan variabel dependen nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain seperti *Good Corporate Governance* (GCG) dengan proksi selain komite audit, *Sustainability Report* atau Kepemilikan Manajerial sebagai variabel independen serta mengganti atau menambah proksi profitabilitas, misalnya ROE (*Return On Equity*), dan ROI (*Return On Investment*).
 - b) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya: leverage, kepemilikan manajemen dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, Deddy Dyas; Andini, Rita; Raharjo, Kharis. 2016. Pengaruh komite audit, kepemilikan institusional, dewan komisaris, ukuran perusahaan (*Size*), *leverage* (DER) dan profitabilitas (ROA) terhadap tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*) pada perusahaan perbankan yang listing BEI periode tahun 2011–2013. *Journal of Accounting*, Vol 2, No. 2.
- Efriyenti, Dian. 2018. Analisis *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *Aksara Public*, Vol 2, No. 4, pp. 1-15..
- Fauzi, A. S., Suransi, N.K. 2016. Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Investasi*. Vol.12 No.1. Pp. 1 – 19.
- Firmansyah, Didi; Surasni, Ni Ketut; Pancawati, Sri. 2020. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol.30 No.1. pp. 163 – 178.
- Hakim, Luqman Nur, et al. 2019. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Probisnis*, Vol.12 No.2. pp. 25 – 32.
- Julianti, Defy Kurnia. 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai

- Variabel Intervening. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Semarang
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Melani, Sulistia; Wahidahwati, Wahidahwati. 2017. Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, Vol.6 No.10.
- Nur Hidayah, T. 2020. Pengaruh Pengungkapan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
- Panjaitan, Clinton Marshal; Chariri, Anis. 2014. Pengaruh Tenure, Ukuran Kap Dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Phd Thesis*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Puspaningrum, Yustisia. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rachman, Nurdizal M.; Efendi, Asep; Wicaksana, Emir. 2011. *Panduan lengkap perencanaan CSR*. Penebar Swadaya Grup.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono.R.A. 2018. *Akuntansi Keperilakuan*. Gajah Mada University Press.
- Ulum, Ihyaul. 2017. *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. Ummmpress.
- Wardhani, Rulyanti Susi. 2013. “Pengaruh Csr Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei).” *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Issn: 1412-5366* Xii (1): 54–86.
- Wardoyo Dan Theodora Martina Veronica. 2013. Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol 4, No. 2. Universitas Gunadarma Fakultas Ekonomi. Jakarta.
- Web.Idx.Id Diakses Pada Bulan September – Desember.
- Widyantari, Ni Luh Putu; Yadnya, I. Putu. 2017. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage*. *PhD Thesis*. Udayana University.