

IMPLEMENTASI CORPORATE GOVERNANCE PADA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

I Dewa Made Endiana¹
(Universitas Mahasaraswati Denpasar)

¹endixdr@yahoo.com

Abstract

Company value is a perception of investors on the level of success of the company that is often associated with stock prices. High stock prices make the value of the company also high. A high corporate value will make the market believe not only in the company's current performance but also in the company's prospects in the future. This study aims to determine the effect of corporate social responsibility on corporate value with Corporate Governance as a moderating variable in LQ 45 companies.

This research was conducted at LQ 45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The number of samples taken was 36 companies with purposive sampling method. The research period from 2016 to 2017. The data analysis technique used is PLS Moderation

The results of this study indicate that corporate social responsibility (CSR) has a positive effect on firm value. Corporate Governance is not able to moderate the influence of corporate social responsibility (CSR) on corporate value

Keywords : *Corporate Social Responsibility (CSR), Nilai Perusahaan, Corporate Governance.*

I. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha saat ini sangat ketat. Perusahaan di dalam mempertahankan keberlangsungan hidupnya memerlukan perhatian serius baik dalam operasional maupun tata kelola. Perusahaan yang *go public* tentunya kinerja perusahaan akan mendapat perhatian investor atau calon investor dalam menanamkan modalnya melalui saham. Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kepuasan para pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh, 2014).

Kinerja suatu perusahaan akan menentukan bagaimana nilai perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance*. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan informasi untuk menilai tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan ini tentunya mengindikasikan perusahaan memiliki komitmen dan kemampuan dalam

kinerja finansial. Dengan melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan dan peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengindikasikan perusahaan memiliki komitmen yang kuat akan tanggungjawab terhadap lingkungan. Komitmen yang dimiliki perusahaan tentunya harus didukung oleh finansial yang baik dari perusahaan. Keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan sebagian akan dimanfaatkan untuk kepentingan tanggung jawab terhadap lingkungan/masyarakat sekitar. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin besar kemampuan perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang berpengaruh terhadap kepercayaan stakeholders terhadap perusahaan yang nantinya meningkatkan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. *Corporate Governance* merupakan seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Praktek GCG dalam penelitian ini kepemilikan

saham oleh manajerial. kepemilikan saham perusahaan oleh manajer dalam menjalankan perusahaan. Dalam menjalankan tugas keprofesionalan dimana hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya atau menurunnya nilai perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh corporate governance pada *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Penelitian ini menggunakan Teori Sinyal untuk menjelaskan serta untuk mengembangkan hipotesis yang ada dan yang akan diuji. Pertimbangan menggunakan teori ini adalah karena teori ini mampu mendorong perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi nilai perusahaan dan berpengaruh pada perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal.

Suatu informasi dapat dikatakan bermanfaat apabila informasi tersebut benar-benar digunakan dalam pengambilan keputusan oleh pemakai yang dituju, yang ditunjukkan adanya asosiasi antara peristiwa (event) dengan return, harga atau volume saham di pasar modal (Soewardjono, 2005).

Teori Sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Asimetri informasi terjadi jika manajemen tidak menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang terefleksi pada perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

2.2 Teori Stakeholder

Teori Stakeholder memberikan isyarat bahwa perusahaan harus memberi perhatian kepada stakeholder, karena stakeholder dapat memberikan pengaruh dan dipengaruhi oleh perusahaan pada aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan (Dwipayadnya, 2015:150). Teori Stakeholder mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholder. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para stakeholder dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi stakeholder, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para stakeholder-nya. Perusahaan sangat bergantung pada lingkungan sosial, sehingga perlu menjaga legitimasi stakeholder serta memposisikannya pada kerangka dasar dalam pengambilan kebijakan dan keputusan, sehingga stabilitas dan jaminan going-concern yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

2.3 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai prinsipal (Hendriksen dan Van Breda, 2000) dalam Ratnasari (2011:37). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

2.4 *Corporate Social Responsibility*

CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan (Mathews, 1995).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka,

komunitas setempat, maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Konsep tanggung jawab keuangan, sosial dan lingkungan tersebut dikenal dengan konsep *Triple Bottom Line* (3P : Planet, People, Profit).

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini karena apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para shareholder. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalisasikan harga saham.

2.6 Good Corporate Governance (GCG)

Definisi dan prinsip corporate governance yang saat ini masih bertahan dan dapat diakomodasi serta diadaptasi oleh berbagai regulasi yang ada khususnya di negara Indonesia yaitu salah satunya dari Cadbury Committee. Menurut Komite Cadbury (2004), yang kemudian dikutip oleh FCGI dalam publikasi pertamanya, *corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak – hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan (Rahayu, 2010). Secara umum terdapat lima prinsip dasar dari *good corporate governance* yaitu:

- 1) *Transparency* (keterbukaan informasi), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam

mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.

- 2) *Accountability* (akuntabilitas), yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggung jawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
- 3) *Responsibility* (pertanggungjawaban), yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
- 4) *Independency* (kemandirian), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
- 5) *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran), yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku.

The Indonesian institute for *corporate governance* (IICG) mengungkapkan tujuan dari GCG:

- 1) Meraih kembali kepercayaan investor dan kreditor nasional serta internasional.
- 2) Memenuhi tuntutan standar global.
- 3) Meminimalkan biaya kerugian dan biaya pencegahan atas penyalahgunaan wewenang pengelolaan.
- 4) Meminimalkan cost of capital dengan menekan resiko yang dihadapi kreditur.
- 5) Meningkatkan nilai saham perusahaan.
- 6) Mengangkat citra perusahaan di mata publik.

Praktek GCG dalam penelitian ini meliputi kepemilikan manajerial

- 1) Dewan Komisaris Indeenden
Komposisi dewan komisaris merupakan salah satu karakteristik dewan yang berhubungan dengan kandungan informasi laba. Secara umum dewan komisaris ditugaskan dan diberi tanggung jawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan. Hal ini penting mengingat adanya kepentingan dari manajemen untuk melakukan manajemen laba yang berdampak pada berkurangnya kepercayaan

investor. Untuk mengatasinya, dewan komisaris diperbolehkan untuk memilih akses informasi perusahaan. Dewan komisaris tidak memiliki otoritas dalam perusahaan, maka dewan direksi bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi terkait dengan perusahaan kepada dewan komisaris.

- 2) **Kepemilikan Institusional**
Kepemilikan institusional adalah jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh dana bersama atau pensiun, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, yayasan swasta, wakaf, atau entitas besar lainnya yang mengelola dana atas nama pihak lain. Tingkat saham institusional yang tinggi akan menghasilkan upaya-upaya pengawasan yang lebih intensif sehingga dapat membatasi perilaku opportunistik manajer, yaitu manajer melaporkan laba secara oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya (Scott, 2000 dalam Dewi dkk., 2008).
- 3) **Kepemilikan Manajerial**
Kepemilikan manajerial adalah persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen puncak perusahaan yang terdiri dari direksi dan dewan komisaris (Herdianti, 2018). Dengan adanya kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan maka dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara agent dan principal diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham.
- 4) **Komite Audit**
Komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih dari dewan komisaris perusahaan yang bertanggung jawab untuk membantu auditor dalam mempertahankan independensinya dari manajemen (Arianti, dkk., 2018). Secara kualitatif, hal yang paling penting bagi anggota komite audit dalam melaksanakan fungsi komite adalah sifat independensinya. Independensi merupakan elemen kritis yang akan menentukan terlaksananya keseluruhan peran komite audit secara objektif serta pencapaian manajemen yang akuntabel bagi para pemegang saham.

Kepemilikan manajerial dapat diartikan sebagai pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Direktur dan Komisaris). Kepemilikan manajerial juga dapat sebagai presentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing-masing periode pengamatan. Shleifer dan Vishny (1986) dalam Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan bahwa kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Secara teoritis ketika kepemilikan manajemen rendah, maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat.

2.7 Pengembangan Hipotesis

- H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- M1 : *Corporate Governance* memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

1) *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan pengungkapan informasi yang terkait dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Indeks *corporate social responsibility disclosure* diukur dengan skala rasio yaitu:

$$CSDI = \frac{\sum X_{ij}}{n} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- CSRDI = CSR Disclosure index
 Xij = Jumlah disclosure perusahaan,
 n = 91
 n = Jml item checklist disclosure,
 n = 91

2) **Nilai Perusahaan**

Nilai Perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar, karena dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Penelitian ini menggunakan *Tobin's Q* untuk mengukur nilai perusahaan dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

MVE = Nilai pasar ekuitas (closing price x jumlah saham yang beredar).

DEBT = Total Utang perusahaan (kewajiban jangka pendek + kewajiban jangka panjang).

TA = Total aktiva diakhir periode.

3) Corporate Governance

Corporate Governance dalam penelitian ini diukur dengan kepemilikan Manajerial merupakan persentase kepemilikan saham oleh direksi, manajemen, komisaris maupun setiap pihak yang terlibat secara langsung dalam pembuatan keputusan (Diyah dan Erman, 2009). Kepemilikan Manajerial disimbolkan dengan (M2). Kepemilikan manajerial dihitung menggunakan rumus berikut:

$$K.Manj = \frac{\text{saham yang dimiliki oleh manajer}}{\text{saham beredar}}$$

3.2 Metode Penentuan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia per 31 Desember 2017. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). Banyaknya jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 36 perusahaan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi non-participant yaitu observasi yang dilakukan tanpa melibatkan diri dan hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2016:167). Selain itu juga dengan cara membuat suatu daftar (checklist) pengungkapan sosial, data dikumpulkan dengan cara mencatat, mengamati, serta mempelajari buku-buku, karya ilmiah berupa skripsi, jurnal akuntansi, catatan-catatan, dan situs internet yang resmi, dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan

3.4 Teknik Analisis Data

1) PLS Moderasi

PLS moderasi dapat digunakan untuk menguji pengaruh moderasi dengan model *two way interactions* yang mengasumsikan bahwa didalam model hanya terdapat satu variabel moderator atau disebut *simple moderator*. Persamaan

modelnya adalah sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{CG} + \beta_3 \text{CSR} * \text{CG} + e$$

2) Model Measurement (Outer Model)

Outer model merupakan model yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya atau bisa dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indicator berhubungan dengan variabel latennya.

a. Convergent Validity

Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikatornya. Nilai *loading factor* yang diharapkan > 0,7.

b. Discriminant Validity

Membandingkan korelasi indicator dengan kontruknya yang harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar indicator dengan konstruk yang lain.

c. Composite Reliability

Data yang memiliki *composite reliability* > 0,7 mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.

d. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE yang diharapkan adalah > 0,5.

3) Model Struktural (Inner Model)

Model structural dapat dievaluasi dengan melihat R² (Koefisien Determinasi) pada variabel endogen dan koefisien parameter jalur.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Outer Model

a. Convergent Validity

Hasil *loading factor* ditampilkan pada

Tabel 4.1 berikut ini

Tabel 4.1

Combined Loadings and Cross-Loadings

	CSR	NP	CG	CG*C
CSR	1.000	0.000	-0.000	-0.000
NP	0.000	1.000	-0.000	-0.000
CG	0.000	0.000	1.000	-0.000
CG*CSR	-0.000	0.000	0.000	1.000

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.1 maka nilai *loading factor* > 0,7 sehingga model dikatakan valid.

b. Discriminant Validity

Berdasarkan hasil *cross loading*

pada Tabel 4.1 diatas maka nilai indicator kontruk memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan indicator tersebut terhadap kontruknya, maka *discriminant validity* tergolong tinggi.

- c. *Composite Reliability*
 Nilai *Composite Reliability* ditampilkan pada Tabel 4.2 berikut ini

Tabel 4.2
Composite Reliability Coefficients

CSR	NP	CG	CG*CSR
1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, nilai *Composite Reliability* > 0,7 maka nilai reliabilitasnya dikategorikan tinggi.

- d. *AVE*
 Nilai AVE ditampilkan pada Tabel 4.3 di bawah ini

Tabel 4.3
Average Variances Extracted

CSR	NP	CG	CG*CSR
1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas maka nilai AVE > 0,5 sehingga model layak digunakan.

4.2 Uji Inner Model

- a. R^2
 Hasil analisis pada Tabel 4.4 berikut ini menunjukkan nilai R^2

Tabel 4.4
R-squared coefficients

CSR	NP	CG	CG*CSR
	0.391		

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan hasil analisis di Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,391 yang berarti bahwa 39,1 % variasi naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh CSR dan CG sedangkan sisanya 60,9 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

- b. Uji Hipotesis
 Hasil analisis pengujian hipotesis ditampilkan pada Tabel 4.5 berikut ini

Tabel 4.5
Path coefficient dan P Value

Path coefficients

	CSR	NP	CG	CG*CSR
CSR				
NP	0.477			-0.180
CG				
CG*CSR				

P values

	CSR	NP	CG	CG*CSR
CSR				
NP	<0.001			0.128
CG				
CG*CSR				

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.5 di atas maka hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

- a. Pengaruh CSR pada Nilai Perusahaan
 Nilai P Values menunjukkan nilai < 0,001 dengan nilai koefisien sebesar 0,477 sehingga CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini berarti bahwa H_1 diterima.
- b. CG pada CSR terhadap Nilai Perusahaan
 Nilai P Value interaksi antara CG dengan CSR menunjukkan nilai sebesar 0,128 > 0,05 sehingga CG tidak mampu mempengaruhi hubungan CSR pada nilai perusahaan, sehingga ini berarti bahwa hipotesis ditolak.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

1) Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa jika perusahaan aktif dalam melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkan kegiatan tersebut dalam laporan keuangan, maka akan direspon positif oleh investor atau calon investor dengan melakukan pembelian saham/investasi ke perusahaan tersebut sehingga akan berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan yang bersangkutan. Meningkatnya harga saham perusahaan mencerminkan nilai perusahaan meningkat.

2) Pengaruh *Corporate Governance* dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *corporate governance* tidak mampu memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan. *Corporate governance* bagi investor atau calon investor tidak dijadikan pertimbangan atau dasar didalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi dengan melakukan pembelian saham perusahaan. Investor lebih melihat aksi nyata perusahaan dalam kepedulian terhadap lingkungan sebagai indikasi perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek yang baik dalam perkembangan di masa yang akan datang.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

- 1) *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 2) *Corporate Governance* tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan dan Saran

- 1) Lokasi penelitian terbatas hanya pada perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Peneliti selanjutnya agar dapat dilakukan penelitian pada sektor perusahaan yang berbeda, seperti sektor pertambangan, sektor pertanian, sektor properti, sektor perdagangan, dan lain-lain.
- 2) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan variabel lain, misalnya ukuran perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agusta, dkk. 2016. Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 5.7 (2016): 1889-1918.

Aisyatul, Maswar. 2014. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 3 No. 4 (2014).

Ajeng, dkk. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *e-journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Volume 7 Nomor 1 Tahun 2017)*.

Alfiarti, Rahma. 2014. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Pendanaan Dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012) *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 23 No. 2 Des. 2014.

Amanda, dkk. 2016. Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.

Angga, dkk. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.3 Desember 2017 | Page 2804*.

Astuti, Afilia. 2016. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Florence, D. Suryanto dan Zulaikha. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan *Go Public* di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus: 161-177.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Ekonomi Universitas Diponegoro.

Munawaroh, Aisyatul. 2014. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 3 No.4, Sekolah tinggi ilmu dan ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Nurlela, dkk. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating, *Symposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*. Republik Indonesia. 2007. Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.<http://www.setneg.go.id/index.php?option=comperundangan&id=1776&task=detail&catid=1&itemid=42&tahun=2007>

osiana, dkk. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3, hal : 723-738.

Rustiarini, N. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Symposium Nasional Akuntansi XIII* . Purwokerto.

Sartono, Agus. 2010. Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE UGM.

Silvyanti, 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013). Skripsi. Universitas Hasanuddin Makasar.

Siti, Andayani . 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility.

Soewardjono, 2005. Teori Akuntansi Perekayasa Pelaporan Keuangan. Yogyakarta: BPFE.

Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Administrasi. Bandung:Alfabeta.

Utama, Suyana. 2012. Aplikasi Analisis Kuantitatif. Edisi 4. Denpasar: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.

Wiagustini, Ni Luh Putu. 2010. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Denpasar : Udayana University Press.

LAMPIRAN 1

* General SEM analysis results *

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.328, P=0.008

Average R-squared (ARS)=0.391, P=0.002
 Average adjusted R-squared (AARS)=0.353, P=0.005
 Average block VIF (AVIF)=2.430, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
 Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.493, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
 Tenenhaus GoF (GoF)=0.626, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
 Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
 R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
 Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
 Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if >= 0.7

* Path coefficients and P values *

Path coefficients

	CSR	NP	CG	CG*CSR
CSR				
NP	0.477			-0.180
CG				
CG*CSR				

P values

	CSR	NP	CG	CG*CSR
CSR				
NP	<0.001			0.128
CG				
CG*CSR				

* Latent variable coefficients *

R-squared coefficients

CSR	NP	CG	CG*CSR
	0.391		

Adjusted R-squared coefficients

CSR	NP	CG	CG*CSR
	0.353		

Composite reliability coefficients

CSR	NP	CG	CG*CSR
1.000	1.000	1.000	1.000

Cronbach's alpha coefficients

CSR NP	CG	CG*CSR
1.0001.000	1.000	1.000

Average variances extracted

CSR NP	CG	CG*CSR
1.0001.000	1.000	1.000

Full collinearity VIFs

CSR NP	CG	CG*CSR
1.6891.492	1.402	1.391

Q-squared coefficients

CSR NP	CG	CG*CSR
0.396		

Minimum and maximum values

CSR NP	CG	CG*CSR
-1.616	-1.734	-1.978
1.778	2.223	1.868
		2.601