

PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, PROFITABILITAS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Okta Windasari

oktawindasari1@gmail.com

Ikhsan Budi Riharjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of research is to find empirical evidence of (a) the influence of good corporate governance mechanism, profitability and corporate social responsibility disclosure to the firm value, (b) the influence of good corporate governance mechanism and the profitability level of corporate social responsibility, (c) the influence of good corporate governance mechanism to the firm value and corporate social responsibility as the intervening variable, (d) the influence of the profitability level of firm value and corporate social responsibility as the intervening variable. This research uses secondary data and the samples are manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2011-2014 periods. The samples are 37 companies with 148 observations. The data analysis has been done by using multiple linear regressions analysis and Path Analysis test. The result of the research shows that good corporate governance and corporate social responsibility does not give any influence to the firm value. Profitability give positive influence to the firm value. Good corporate governance give positive influence to the corporate social responsibility. Profitability does not give any influence to the corporate social responsibility. Corporate social responsibility is not the intervening variable in the influence mechanism of good corporate governance and profitability to the firm value.

Keywords: good corporate governance, profitability, corporate social responsibility, firm values.

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan bukti empiris tentang (a) pengaruh mekanisme *good corporate governance*, tingkat profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, (b) pengaruh mekanisme *good corporate governance* dan tingkat profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*, (c) pengaruh mekanisme *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening, (d) pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang tahun 2011-2014. Sampel penelitian adalah sebanyak 37 perusahaan dengan 148 observasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji Analisis Jalur/*Path Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* bukan merupakan variabel intervening dalam pengaruh mekanisme *good corporate governance* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: good corporate governance, profitabilitas, corporate social responsibility, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai Perusahaan sangat penting dalam tingkat keberhasilan perusahaan, dimana nilai perusahaan dijadikan indikator bagi investor untuk pengelolaan keuangan perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya dipasar modal. Haruman, 2008 (dalam Permanasari, 2010) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi dapat

meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada suatu perusahaan.

Nilai perusahaan yang diproksikan melalui nilai pasar saham pada Bursa Efek Indonesia mengalami beberapa perubahan, meskipun tidak banyak perusahaan yang menggunakan aspek keuangannya. Perubahan yang terjadi berdasarkan fenomena yang telah terjadi dikarenakan adanya informasi lain diluar aspek keuangan seperti lingkup sosial perusahaan. Perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia setiap tahunnya wajib melaporkan laporan keuangan dan laporan tahunan kepada bursa efek, investor, dan publik.

Pada dasarnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek, salah satunya adalah tingkat profitabilitas dan aspek *good corporate governance*, dimana penerapan *corporate governance* dapat dilakukan melalui mekanisme monitoring untuk menyelamatkan berbagai kepentingan. Jensen dan Meckling, 1976 (dalam Juniarti dan Vincent, 2013) menyatakan bahwa memperbesar kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen dapat disejajarkan dengan kepentingan manajemen, kepemilikan saham oleh investor institusional merupakan pihak yang dapat memonitor agen dengan kepemilikannya yang besar, melalui peran monitoring oleh dewan komisaris terdapat hubungan yang relevan dengan pelaporan keuangan. Membentuk komite audit sebagai pengawas perusahaan, dimana komite audit merupakan pihak yang membantu komisaris dalam rangka peningkatan kualitas serta peningkatan efektivitas eksternal dan internal audit (Sulistyanto, 2008:155).

Mekanisme *good corporate governance* yang meliputi kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen dan komite audit berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan kebijakan perusahaan yang disetujui dan diawasi langsung oleh keempat mekanisme *good corporate governance* sebagai wujud tanggungjawab perusahaan dan sosial. Penelitian ini menggunakan pengukuran *corporate governance* melalui mekanisme pengendalian internal perusahaan dengan menggunakan skor faktor yang terdiri dari empat dimensi. Pengukuran ini mendasarkan penelitian Juniarti dan Vincent (2013) yang menyatakan bahwa masing-masing dimensi memiliki *score*. Penerapan *good corporate governance* (GCG) pada perusahaan sangat diperlukan untuk memenuhi kepercayaan masyarakat dan dunia internasional sebagai salah satu syarat absolut bagi dunia industri yang sedang berkembang dengan baik dan sehat tujuan untuk menambah nilai tambah dalam perwujudan pengambilan keputusan.

Keterlibatan *stakeholder* yang semakin tinggi akan meningkatkan pelaksanaan CSR perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat. Hal ini juga berkaitan dengan semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan maka hal tersebut akan mendorong perusahaan untuk melaporkan hasil CSR-nya dalam laporan tahunan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan yang kemudian dapat meningkatkan pertanggungjawaban sosial perusahaan tersebut.

Penerapan CSR diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih etis dalam menjalankan kegiatan operasionalnya agar tidak berakibat buruk bagi masyarakat dan lingkungan hidup. Penelitian pengaruh mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan mendapatkan hasil yang variatif. Penelitian Mai (2015) menunjukkan bahwa hubungan dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga terdapat pada penelitian Purbopangestu (2014) yang menunjukkan bahwa keempat mekanisme *good corporate governance* berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Dampak negatif tersebut memiliki makna bahwa dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* mampu mengurangi

ketidakpastian prospek usaha dimasa mendatang karena informasi laba belum tentu persisten dimasa depan.

Tingginya tingkat profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan mencapai laba yang maximal. Penelitian Prasetyowati (2015) menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Sudana dan Arliandi (2011) menyatakan bahwa mekanisme GCG berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan hasil berbeda dilakukan pada penelitian Purbopangestu (2014) yang menyatakan bahwa mekanisme GCG berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Dalam penelitian Prasetyowati (2015) menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini juga menggunakan variabel intervening yaitu *corporate social responsibility*, hal ini dikarenakan CSR merupakan kebijakan perusahaan yang disetujui dan diawasi langsung oleh mekanisme GCG sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Dalam penelitian Wuryanti dan Khotimah (2015) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi variabel *good corporate governance* dan kinerja perusahaan dengan tingkat hubungan langsung dan tidak langsung, hasil penelitian Prasetyowati (2015) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi variabel profitabilitas dan nilai perusahaan perusahaan secara langsung dan tidak langsung.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah *good corporate governance*, profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memediasi hubungan antara *good corporate governance*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan juga bukti empiris pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memediasi hubungan antara *good corporate governance*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada investor dan calon investor agar dapat mengungkapkan *corporate social responsibility* secara luas. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi pengembangan teori dan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ekonomi.

TINJAUAN TEORETIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Perspektif *teori agency* merupakan dasar yang digunakan dalam isu *corporate governance* dan nilai perusahaan. Agensi teori mengakibatkan hubungan yang asimetri antara pemilik dan pengelola, untuk menghindari terjadi hubungan yang asimetri tersebut dibutuhkan suatu konsep yaitu konsep *Good Corporate Governance* yang bertujuan untuk menjadikan perusahaan menjadi lebih sehat. Penerapan *corporate governance* berdasarkan pada teori agensi, yaitu teori agensi dapat dijelaskan dengan hubungan antara manajemen dengan pemilik, manajemen sebagai agen secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi yang sesuai dengan kontrak.

Teori Keagenan menyangkut hubungan kontraktual antara anggota-anggota di perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah sumber kontrak antara manager (*agent*) dengan investor (*principle*). Prinsipal adalah pemegang saham atau investor, sedangkan agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan atau manajer. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan fungsi antara kepemilikan di investor dan pengendalian di pihak manajemen. Konflik kepentingan

antara *principle* dan *agent* terjadi karena kemungkinan *agent* tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan *principle*, sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*).

Hubungan kontrak antara *principal* dan *agen* memungkinkan pemilik perusahaan untuk mendelegasikan wewenangnya kepada manajer untuk kepentingannya. Konsekuensi yang harus ditanggung manajer sebagai penerima delegasi wewenang tersebut adalah mempertanggung jawabkan kinerja kepada pemilik modal. Keleluasaan manajemen dalam mengelola dana guna mencapai hasil yang maksimal bagi perusahaan bisa mengarah pada memaksimalkan tambahan ekonomis bagi kepentingan pribadi (kepentingan para *agent*) dengan beban dan biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan, sehingga dalam menyajikan laporan atas penggunaan dan pengelolaan dana oleh para *agent* tidak melaporkan informasi keuangan perusahaan sesuai dengan yang sebenarnya (Ernawan, 2011). Teori agensi tersebut mendorong munculnya konsep GCG dalam pengelola bisnis perusahaan, dimana GCG diharapkan dapat meminimumkan hal-hal tersebut melalui pengawasan terhadap kinerja para *agent*. GCG memberikan jaminan kepada para pemegang saham bahwa dana yang diinvestasikan dikelola dengan baik dan para *agent* bekerja sesuai dengan fungsi, tanggung jawab dan untuk kepentingan perusahaan.

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti : Pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*. Varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya berbentuk *responsibilitas* dan *akuntabilitas*. Oleh karena itu, organisasi memiliki *akuntabilitas* terhadap *stakeholder*-nya. Sifat dari *akuntabilitas* itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi. Varian kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan mengenai *empirical accountability*.

Diungkapkan bahwa lingkungan sosial perusahaan merupakan sarana sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholder*-nya. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam, dalam Hadi, 2011).

Mekanisme Good Corporate Governance (GCG)

Terdapat beberapa pengertian yang telah dikeluarkan mengenai GCG. *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan *corporate governance* sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antar pemegang, pengurus atau pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta pula 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. Tujuan *corporate governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).

The Organization for Economic Corporation and Development (OECD) mendefinisikan *corporate governance* merupakan sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan. *Corporate governance* mengatur pembagian tugas, hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan termasuk pemegang saham, dewan pengurus, para manajer dan semua anggota, *stakeholder* non pemegang saham. *Corporate governance* juga berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha disuatu negara.

Prinsip-prinsip dasar *good corporate governance* meliputi: (1) *Transparency*, keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan, (2) *Accountability*, kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban perusahaan, (3) *Responsibility*, kesesuaian pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat dan peraturan perundangan yang berlaku, (4) *Independency*, perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku, (5) *Fairness*, perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku.

Implementasi GCG mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif. Oleh karena itu, diterapkannya GCG oleh perusahaan di Indonesia sangat penting untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkesinambungan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder*.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan ekuitas. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan sangat penting bagi investor maupun kreditor. Mai (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas dapat diukur dengan berbagai macam variabel seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Dalam penelitian ini rasio tingkat profitabilitas diukur melalui *net profit margin*. Rasio ini mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa dilihat secara langsung pada *analisis common-size* untuk laporan laba rugi (baris paling akhir). Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) diperusahaan pada periode tertentu.

Nilai Perusahaan

Sujoko dan Soebiantoro, 2007 (dalam Juniarti dan Vincent, 2013) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham di pasar modal. Teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran aset dan semakin tinggi *profit margin* yang diperoleh perusahaan.

Weston dan Brigham, 1994 (dalam Juniarti dan Vincent, 2013) menyatakan bahwa harga saham didefinisikan sebagai: "*The price at which stock sells in the market*". Sedangkan, harga pasar saham adalah nilai pasar sekuritas yang dapat diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang ditentukan berdasarkan harga penutupan atau *closing*

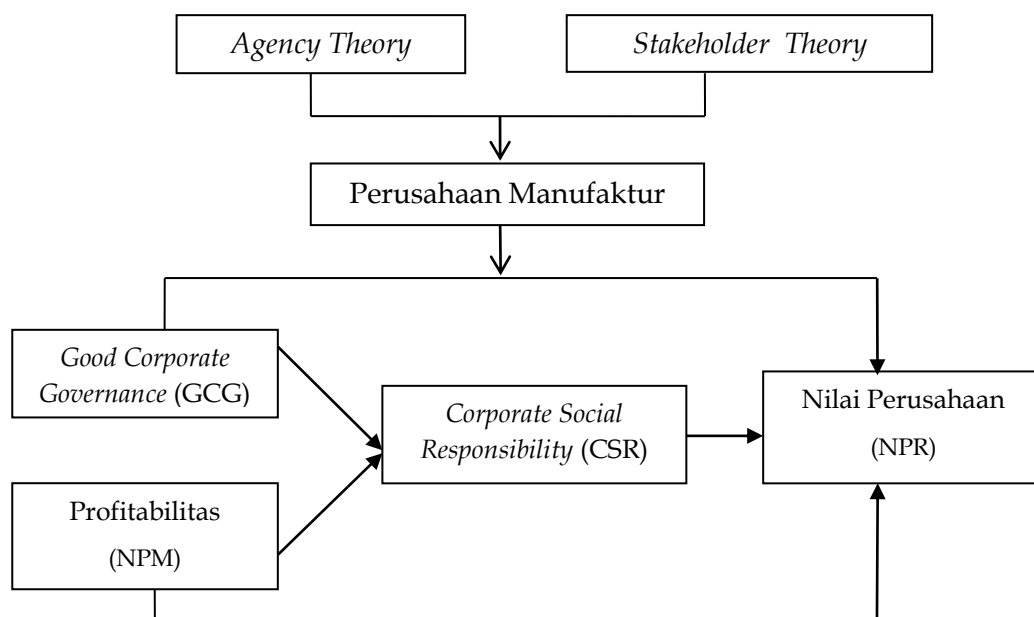
price di bursa pada hari yang bersangkutan. Jadi, harga penutupan atau *closing price* merupakan harga saham terakhir kali pada saat berpindah tangan di akhir perdagangan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR atau yang dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2014). CSR merupakan wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mendapatkan keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup.

Pertanggungjawaban sosial diungkapkan didalam laporan tahunan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja, produk didalam konteks pembangunan berkelanjutan. Pengungkapan CSR dalam *annual report* perusahaan telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) yang menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR diukur dengan *index* CSR menurut Hackston dan Milne (1996) yang terdiri dari tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 78 pengungkapan.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan salah satu masalah asimetri informasi dalam teori *agency* (*agency theory*). Peningkatan kepemilikan manajemen akan mengurangi *agency difficulties* melalui pengurangan insentif untuk memperoleh keuntungan. Semakin besar kepemilikan

oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Kehadiran *good corporate governance* diharapkan dapat menciptakan iklim tata kelola yang baik dan lebih transparan. Komposisi dewan komisaris merupakan persentase jumlah dewan komisaris independen terhadap jumlah total komisaris yang ada dalam susunan dewan komisaris perusahaan.

Mai (2015) menganalisis hubungan dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional dan pertumbuhan perusahaan. Dari penelitian tersebut dilaporkan bahwa kehadiran komite audit dan dewan komisaris independen mampu mempengaruhi secara negatif dalam perkembangan nilai perusahaan. Hasil yang sama dilakukan pada penelitian Purbopangestu (2014) yang menyatakan bahwa dewan komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa mekanisme *good corporate governance* belum sepenuhnya terlaksana. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₁ : Mekanisme GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang diperuntukkan bagi investor dalam jangka panjang. Dalam teori agensi menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus, sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan tersebut. Net profit margin mempunyai arti yang sangat penting bagi pemegang saham, karena investor memperhitungkan keuntungan yang benar-benar akan diterima dari hasil penjualannya.

Hasil penelitian Mai (2015) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Prasetyowati (2015) bahwa tingkat profitabilitas juga berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh mekanisme GCG terhadap pengungkapan CSR

Perwujudan CSR sangat berkaitan dengan mekanisme GCG, seperti yang tercantum pada teori agensi dimana organisasi harus berkelanjutan mencari cara untuk menunjukkan keberlangsungan usahanya berada dalam norma yang berlaku di masyarakat (Guthrie dan Parker, dalam Ulum 2009).

Pengungkapan CSR merupakan kebijakan perusahaan yang disetujui dan diawasi langsung oleh mekanisme GCG sebagai wujud tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Hasil penelitian Sudana dan Arliandi (2011) menunjukkan bahwa mekanisme GCG berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR dengan indikator dewan komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional yang dilakukan secara bersama-sama. Sedangkan hasil berbeda dilakukan pada penelitian Purbopangestu (2014) bahwa mekanisme *good corporate governance* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility* dengan indikator dewan komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional yang dilakukan secara parsial. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₃: Mekanisme *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR

Dalam teori *stakeholder* perusahaan juga berfungsi melayani pihak external perusahaan, karena dalam setiap aktivitas perusahaan melibatkan pihak internal dan pihak external. Keterlibatan *stakeholder* yang semakin tinggi akan meningkatkan pelaksanaan CSR

perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat. Perusahaan dengan tingkat NPM yang tinggi berarti juga memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan untuk kegiatan sosial dan lingkungan.

Dalam penelitian Indriyani (2011) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyowati (2015) juga menyatakan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₄: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Dalam *stakeholder theory* perusahaan berfungsi untuk melayani tujuan publik yang lebih luas dengan menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan. Untuk melaksanakan CSR, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Rahmawati (2012) menyatakan bahwa meningkatnya loyalitas konsumen dan para *stakeholder* dalam waktu lama berpengaruh terhadap penjualan perusahaan, serta pelaksanaan CSR diharapkan mampu meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Pengungkapan CSR yang baik juga akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya di BEI. Dalam penelitian Wisnu (2014) menyatakan bahwa mekanisme CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil berbeda dilakukan pada penelitian Agustine (2014) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₅: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

Pengaruh mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR

Mekanisme GCG dapat meminimalisir terjadinya perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agen*, sehingga dapat mengurangi biaya agensi yang muncul dan menjaga hak-hak pemegang saham yang kemudian akan meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR akan berperan sebagai variabel *intervening* antara mekanisme GCG dengan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR dijadikan variabel *intervening* karena merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi karakteristik perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap mekanisme GCG dan nilai perusahaan. Terlaksananya *corporate social responsibility* akan memberikan manfaat positif bagi perusahaan dengan terciptanya hubungan baik dengan *stakeholder* yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian Wuryanti dan Khotimah (2015) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi variabel GCG dan kinerja perusahaan dengan tingkat hubungan langsung dan tidak langsung, sedangkan hasil berbeda dilakukan pada penelitian Purbopangestu (2014) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi secara langsung terhadap variabel GCG dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₆ : Pengungkapan CSR berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap mekanisme GCG dan nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR

Tingginya tingkat profitabilitas akan mempengaruhi nilai perusahaan, pada teori *stakeholder* jika tingkat profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan ke dalam kegiatan sosial dan lingkungan. Perusahaan yang mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial memiliki citra positif dimasyarakat dan khususnya kalangan bisnis karena perusahaan memperhatikan serta mem-

pertimbangkan kepentingan *stakeholder*-nya, hal ini akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Dalam penelitian Prasetyowati (2015) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi variabel profitabilitas dan nilai perusahaan secara langsung dan tidak langsung.

H₇ : Pengungkapan CSR berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana datanya diukur dengan suatu skala numerik dan merupakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI dalam periode 2011-2014. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Daftar Pemilihan Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2011-2014 secara berturut-turut	148
2	Perusahaan Manufaktur yang delisting di BEI selama tahun 2011-2014 secara berturut-turut	(36)
3	Perusahaan Manufaktur yang memublikasikan laporan tahunan selama tahun 2011-2015 secara berturut-turut	112
4	Perusahaan Manufaktur yang mengalami kerugian selama tahun 2011-2015	(61)
5	Perusahaan Manufaktur yang mengalami keuntungan selama tahun 2011-2015	51
6	Perusahaan Manufaktur yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan selama tahun 2011-2014 secara berturut-turut	(5)
7	Perusahaan Manufaktur yang mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan selama tahun 2011-2014 secara berturut-turut	44
8	Perusahaan Manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya tidak dengan mata uang rupiah	(7)
Total		37

Sumber : Data sekunder di olah

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan pada penelitian ini diprosikan menggunakan nilai Tobin's Q, dikarenakan rasio Tobin's Q mampu memberikan informasi paling baik dimana memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan dalam menghitungnya. Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$NPR : \frac{MVE + D}{BVE + D}$$

Dimana :

NPR : Nilai Perusahaan

MVE : Nilai Pasar Ekuitas/Equity Market Value

BVE : Nilai Buku Ekuitas/Equity Book Value

D : Nilai Buku Hutang/Kewajiban

Good Corporate Governance

Pada penelitian ini pengukuran *corporate governance* melalui mekanisme pengendalian internal perusahaan diukur dengan menggunakan *score* yang didalamnya terdapat beberapa subindex yang dijadikan acuan dalam menentukan skoring. Menurut Black, Jang, dan Kim, 2003 (dalam Juniarti dan Vincent, 2013) menyatakan bahwa masing-masing ukuran dalam subindex diberikan poin 1 jika terpenuhi, dan 0 jika tidak terpenuhi. Penelitian ini mendasarkan penelitian Juniarti dan Vincent (2013) yang menyatakan bahwa masing-masing subindex memiliki indikator-indikator antara lain : *shareholder right*/hak pemegang saham, kebijakan GCG, praktik GCG, pengungkapan GCG dan audit GCG.

Shareholder Rights/Hak Pemegang Saham dengan bobot 20% meliputi hak-hak pemegang saham, dalam hal ini kita dapat memberikan evaluasi apakah perusahaan telah menyelenggarakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dalam kurun waktu 6 bulan setelah akhir tahun buku, sesuai dengan pasal 65 ayat 2 Undang-Undang Perusahaan Terbatas. Menyerahkan kepada pemegang saham pemberitahuan mengenai Rapat Tahunan Pemegang Saham sekurang-kurangnya 28 hari sebelum RUPS diselenggarakan. Mendorong para pemegang saham untuk menghadiri RUPS dan memanfaatkan hak suara mereka. Memberikan kesempatan yang cukup kepada para pemegang saham untuk menyampaikan pertanyaan di RUPS.

Kebijakan GCG dengan bobot 15% antara lain kita dapat menilai sendiri apakah perusahaan telah memiliki aturan tertulis tentang GCG dimana dijelaskan hak-hak pemegang saham tugas dan tanggung jawab Dewan Direksi dan Dewan komisaris. Menyediakan akses bagi publik untuk mengetahui kebijakan perusahaan mengenai investro publik. Membentuk sebuah organ yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi aturan GCG yang telah ditetapkan. Memiliki aturan perilaku atau etika bagi karyawan secara tertulis. Menginformasikan dan melaksanakan dengan baik aturan perilaku atau etika tersebut.

Praktik GCG dengan bobot 30% dalam hal ini kita dapat menguji apakah dalam perusahaan Dewan Direksi mengadakan rapat berkala secara teratur dengan Dewan Komisaris. Mengadakan rencana strategis dan rencana operasional yang memberi petunjuk kepada Dewan Direksi dan Dewan Komisaris untuk melaksanakan tugas serta fungsi mereka. Dewan Direksi dan Dewan Komisaris telah diberikan pelatihan atau mempunyai latar belakang yang tepat, yang memungkinkan mereka untuk melakukan tugas-tugas mereka. Mengadakan sistem penilaian kinerja Dewan Direksi maupun Dewan Komisaris.

Pengungkapan GCG dengan bobot 20% dalam seksi ini kita dapat menilai apakah perusahaan telah menyediakan akses yang sama bagi pemegang saham dan analisis keuangan. Memberikan penjelasan yang tepat tentang resiko usaha. Menyajikan hasil kinerja keuangan dan manajemen analisis melalui internet. Mengungkapkan transaksi pihak terkait.

Audit GCG dengan bobot 15% pada bagian ini kita dapat menilai apakah perusahaan telah memiliki audit internal yang efektif, diaudit oleh akuntan publik yang independen, memiliki komite audit yang efektif, mengembangkan komunikasi yang efektif antara audit internal, audit eksternal dan komite audit.

Untuk masing-masing subindex diberikan angka 1 jika memenuhi, dan jika tidak memenuhi maka diberikan angka 0. Selanjutnya skor dari item-item yang memenuhi dijumlah. Rumus perhitungan memperoleh skor GCG adalah sebagai berikut :

$$\text{GCG} = \frac{\text{Jumlah Skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah Skor yang diharapkan}} \times 100 \%$$

Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini termasuk variabel independen. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur melalui *net profit margin*, dikarenakan NPM mampu memberikan informasi nilai profit yang paling baik dengan memasukkan unsur laba bersih setelah pajak dan hasil dari penjualan dimana hasil dari NPM juga berpengaruh terhadap harga saham dipasar Bursa.

Rasio NPM dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih (sesudah pajak)}}{\text{Penjualan}}$$

Corporate Social Responsibility

Variabel Intervening adalah Variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta di ukur. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat.

Menurut Hackston dan Milne, (1996) Pengungkapan CSR diukur dengan CSR index yang terdiri dari tujuh kategori yaitu : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 78 item pengungkapan. Pendekatan untuk menghitung CSR menggunakan variabel *dummy* dimana, jika perusahaan mengungkapkan diberi nilai 1 namun jika tidak mengungkapkan diberi nilai 0. Selanjutnya skor dari item-item yang diungkapkan dijumlah. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRI} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Dimana :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_j : Jumlah *item* yang diharapkan

$\sum X_{ij}$: Jumlah *item* yang diungkapkan perusahaan

Teknik Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu metode dalam mengorganisir dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain: frekuensi, tendensi sentral (mean, median, modus), dispersi (standar deviasi dan varian) dan koefisien korelasi antara variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran *construct* yang digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian telah berdistribusi normal atau tidak. Hal ini dapat di lihat melalui grafik *p-plot of regression* nya, jika titik nya menyebar mendekati garis diagonal, maka data tersebut berdistribusi normal.

Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan pengembangan langsung dari bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel. Analisis ini digunakan karena dapat menerangkan pengaruh suatu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen serta dapat mengetahui apakah pengaruhnya bersifat langsung atau dimediasi oleh variabel lain. Berdasarkan model analisis dua jalur, dibuat 2 persamaan struktural analisis dua jalur yang meliputi mekanisme GCG dan profitabilitas sebagai variabel bebas, NPR sebagai variabel terikat dan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening dan $e = \text{error}$, yaitu

Persamaan dalam penelitian ini adalah

$$CSR = \beta_1GCG + \beta_2NPM + e_1.....(1)$$

$$NPR = \beta_1GCG + \beta_2NPM + \beta_3CSR + e_2.....(2)$$

Pengujian Hipotesis

Koefisien Determinasi

Pengujian ini digunakan untuk mengukur presentase kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ((0<R²<1). Semakin besar nilai koefisien determinasi atau semakin mendekati satu, maka berarti variabel-variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji f (Godness of Fit)

digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011). Jika f hitung lebih besar dari f tabel atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi (Sig < 0,05), maka model penelitian dianggap tepat dan dapat digunakan.

Uji t

digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji t dapat dilihat melalui nilai probabilitas signifikansi t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Jika nilai probabilitas signifikansi t lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa H0 dalam penelitian diterima dan H1 ditolak.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

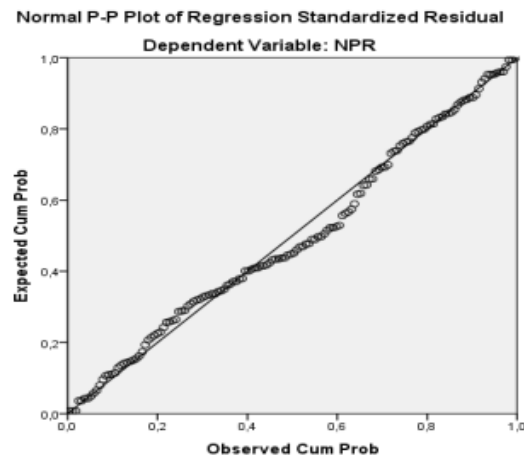
Tabel 2
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GCG	148	66,83	80,83	69,3046	4,07755
NPM	148	0	0,37	0,1019	0,07052
NPR	148	0,16	18,02	1,8555	2,43776
CSR	148	0,1	0,47	0,3224	0,09837
Valid N (listwise)	148				

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 148 data. Rata-rata nilai perusahaan yaitu 1,8558 dengan tingkat rata-rata penyimpangan 2,43776. Nilai perusahaan berkisar antara 0,16 dan 18,02. Rata-rata GCG yaitu sebesar 69,3046 dengan tingkat rata-rata penyimpangan 4,07755. GCG berkisar antara 66,83 dan 80,83 . Rata-rata profitabilitas yaitu sebesar 0,1019 dengan tingkat rata-rata penyimpangan 0,07052 profitabilitas berkisar antara 0 dan 0,37. Rata-rata CSR yaitu sebesar 0,09319 dengan tingkat rata-rata penyimpangan 0,315. CSR berkisar antara 0,1 dan 0,47.

Uji Normalitas



Gambar 2
Grafik Hasil Uji Normalitas
Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan hasil pendekatan grafik Normal P-Plot of Regression Standard dapat diketahui bahwa distribusi data mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur/*Path Analysis* merupakan suatu teknik untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dibuat 2 persamaan struktural analisis dua jalur yang meliputi GCG dan NPM sebagai variabel bebas, NPR sebagai variabel terikat dan CSR sebagai variabel intervening dan $e = \text{error}$, yaitu

$$\begin{aligned} \text{Persamaan struktural 1} &= \beta_1 \text{GCG} + \beta_2 \text{NPM} + e_1 \\ &= \beta_1 0,013 + \beta_2 0,039 + 0,831 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persamaan struktural 2} &= \beta_1 \text{GCG} + \beta_2 \text{NPM} + \beta_3 \text{CSR} + e_2 \\ &= \beta_1 0,177 + \beta_2 8,340 + \beta_3 1,253 + 0,935 \end{aligned}$$

Hasil output SPSS memberikan nilai standarized beta GCG dan NPM pada persamaan (1) sebesar 0,013 dan 0,039 serta signifikan pada 0,00 dan 0,69 yang berarti GCG mempengaruhi CSR sedangkan NPM tidak mempengaruhi CSR. Nilai koefisien unstandardized beta 0,013 merupakan nilai path/jalur p3 dan nilai koefisien unstandardized beta 0,039 merupakan nilai path/jalur p4.

Pada output SPSS persamaan regresi (2) nilai koefisien unstandardized beta untuk GCG sebesar 0,177, nilai koefisien unstandardized beta untuk NPM sebesar 8,340 dan nilai koefisien unstandardized beta untuk CSR sebesar 1,253. Signifikan nilai GCG sebesar 0,088 yang berarti bahwa GCG tidak mempengaruhi NPR, Signifikan nilai NPM sebesar 0,009 yang berarti bahwa NPM mempengaruhi NPR, dan Signifikan nilai CSR sebesar 0,647 yang berarti bahwa CSR tidak mempengaruhi NPR. Nilai koefisien unstandardized beta 0,177 merupakan nilai path/jalur p1, nilai koefisien unstandardized beta 8,340 merupakan nilai path/jalur p2 dan nilai koefisien unstandardized beta 1,253 merupakan nilai path/jalur p5. Besarnya nilai $e_1 = \sqrt{(1 - 0,31)} = 0,831$ dan besarnya nilai $e_2 = \sqrt{(1 - 0,125)} = 0,935$

Koefisien Determinasi

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,353 ^a	,125	,106	2,70358	,940

a. Predictors: (Constant), CSR, NPM, GCG

b. Dependent Variable: NPR

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui hasil nilai dari koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,125 yang artinya *variability* variabel independen (*good corporate governance*, profitabilitas dan *corporate social responsibility*) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 12,5% sisanya sebesar 87,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang ada dalam penelitian.

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,557 ^a	0,310	0,301	0,08227	0,554

a. Predictors: (Constant), NPM, GCG

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui hasil nilai dari koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,310 yang artinya *variability* variabel independen (*good corporate governance* dan profitabilitas) terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility*) sebesar 31% sisanya sebesar 69% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang ada dalam penelitian.

Uji f

Tabel 5
Uji f
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,890	3	49,963	6,836	,000 ^b
	Residual	1052,544	144	7,309		
	Total	1202,434	147			

a. Dependent Variable: NPR

b. Predictors: (Constant), CSR, NPM, GCG

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 5 diatas, menunjukkan hasil nilai f hitung sebesar 6,836 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan variabel mekanisme *good corporate governance*, tingkat profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 6
Uji f
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,441	2	0,221	32,588	,000 ^b
Residual	0,981	145	0,007		
Total	1,422	147			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), NPM, GCG

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 6 diatas, menunjukkan hasil nilai f hitung sebesar 32,588 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan variabel mekanisme *good corporate governance* dan tingkat profitabilitas dan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Uji Hipotesis

Tabel 7
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-11,501	4,144		-2,776	0,006
GCG	0,177	0,066	0,252	2,687	0,088
NPM	8,340	3,167	0,206	2,633	0,009
CSR	1,253	2,729	0,043	0,459	0,647

a. Dependent Variable: NPR

Sumber : Data sekunder diolah

Tabel 8
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	-0,606	0,116		-5,239	0,000
GCG	0,013	0,002	0,557	8,073	0,000
NPM	0,039	0,096	0,028	0,400	0,690

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : Data sekunder diolah

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan pengaruh variabel-variabel antara variabel independen dan variabel dependen juga variabel pemediasi. Berdasarkan tabel 7 dan 8, dapat ditarik penjelasan sebagai berikut :

Pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan

Dari hasil uji t diatas, nilai signifikansi GCG adalah sebesar 0,088 yang berarti lebih besar dari pada 0,05 sedangkan t hitung sebesar 2,687. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

variabel GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai regresi GCG dalam tabel 7 menunjukkan bahwa GCG memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yaitu mekanisme *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak. Nilai Perusahaan merupakan salah satu masalah asimetri informasi dalam teori *agency (agency theory)*. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Kehadiran *good corporate governance* diharapkan dapat menciptakan iklim tata kelola yang baik dan lebih transparan. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa mekanisme *good corporate governance* mampu mengoptimalkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Dari hasil uji t diatas, nilai signifikansi profitabilitas adalah sebesar 0,009 yang berarti lebih kecil dari pada 0,05 sedangkan t hitung sebesar 2,633. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai regresi profitabilitas dalam tabel 7 menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_2) yaitu tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan ekuitas. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan sangat penting bagi investor maupun kreditor. Mai (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus, sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan tersebut.

Pengaruh GCG terhadap CSR

Dari hasil uji t diatas pada tabel 8, nilai signifikansi GCG adalah sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari pada 0,05 sedangkan t hitung sebesar 8,073. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel GCG berpengaruh terhadap CSR. Nilai regresi GCG pada tabel 8 menunjukkan bahwa GCG memiliki hubungan yang positif terhadap CSR.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_3) yaitu mekanisme GCG berpengaruh positif terhadap CSR diterima. Menurut Zhoriva dan Williams (2007) (dalam Angela dan Yudianti, 2015) CSR dapat membantu menurunkan biaya operasi perusahaan karena meningkatkan efisiensi, meningkatkan citra merk, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Perwujudan CSR sangat berkaitan dengan mekanisme GCG, seperti yang tercantum pada teori agensi dimana organisasi harus berkelanjutan mencari cara untuk menunjukkan keberlangsungan usahanya berada dalam norma yang berlaku di masyarakat (Guthrie dan Parker, dalam Ulum 2009). Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa menjelaskan bahwa GCG yang baik berkaitan dengan pengungkapan CSR perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Dari hasil uji t diatas pada tabel 8, nilai signifikansi profitabilitas adalah sebesar 0,69 yang berarti lebih besar dari pada 0,05 sedangkan t hitung sebesar 0,04. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Nilai regresi profitabilitas pada tabel 8 menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan yang positif terhadap *corporate social responsibility*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_4) yaitu tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR ditolak. Perusahaan dengan tingkat NPM

yang tinggi memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan untuk kegiatan sosial dan lingkungan. Keterlibatan stakeholder yang semakin tinggi akan meningkatkan pelaksanaan CSR perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab terhadap masyarakat. Hal ini juga berkaitan dengan semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan maka hal tersebut akan mendorong perusahaan untuk melaporkan hasil CSR-nya dalam laporan tahunan perusahaan. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup dialokasikan kepada kegiatan sosial dan lingkungan yang kemudian dapat meningkatkan pertanggungjawaban sosial perusahaan tersebut.

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Dari hasil uji t diatas pada tabel 7, nilai signifikansi CSR adalah sebesar 0,647 yang berarti lebih besar dari pada 0,05 sedangkan t hitung sebesar 0,459. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai regresi profitabilitas dalam tabel 7 menunjukkan bahwa CSR memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_5) yaitu tingkat pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak. Pengungkapan *corporate sosial responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Untuk melaksanakan CSR, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen dan para *stakeholder* makin tinggi. Rahmawati (2012) menyatakan bahwa meningkatnya loyalitas konsumen dan para *stakeholder* dalam waktu lama berpengaruh terhadap penjualan perusahaan, serta pelaksanaan CSR diharapkan mampu meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR yang tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan menjadi daya tarik bagi investor untuk melihat prospek perusahaan dimasa mendatang dan menjadikan pengungkapan CSR sebagai pertimbangan investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan.

Pengaruh GCG melalui CSR terhadap nilai perusahaan

Pengaruh langsung mekanisme GCG terhadap CSR sebesar 0,013. Pengaruh langsung mekanisme GCG terhadap NPR sebesar 0,177. Pengaruh tidak langsung GCG terhadap NPR melalui CSR yaitu $0,013 \times 1,253$ sebesar 0,016. Pengaruh total tidak langsung mekanisme GCG terhadap NPR melalui CSR yaitu $0,177 + (0,013 \times 1,253)$ sebesar 0,193.

Hasil analisis jalur pengaruh langsung GCG terhadap NPR sebesar 0,177 lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung (intervening) yaitu GCG ke CSR lalu ke NPR sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR bukanlah variabel intervening. Maka kesimpulan dari (H_6) yaitu CSR merupakan variabel intervening pada mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan ditolak.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR sebagai variabel intervening mempunyai nilai yang lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung GCG terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis jalur menunjukkan mekanisme GCG dapat berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan sebesar 0,104 dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR sebesar 0,013. Hasil pengujian secara langsung lebih besar dibandingkan dengan pengujian secara tidak langsung.

Dari hasil analisis output regresi diatas maka dapat disimpulkan bahwa H_6 yaitu CSR bukan merupakan variabel intervening antara mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan

karena menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini memiliki makna bahwa mekanisme GCG secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas melalui CSR terhadap nilai perusahaan

Pengaruh langsung NPM terhadap CSR sebesar 0,039. Pengaruh langsung mekanisme profitabilitas terhadap NPR sebesar 8,340. Pengaruh tidak langsung NPM terhadap NPR melalui CSR yaitu $0,039 \times 1,253$ sebesar 0,048. Pengaruh total tidak langsung Profitabilitas terhadap NPR melalui CSR yaitu $8,340 + (0,039 \times 1,253)$ sebesar 8,388.

Hasil analisis jalur pengaruh langsung NPM terhadap NPR sebesar 8,340 lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung (intervening) yaitu NPM ke CSR lalu ke NPR sebesar 0,039. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR bukanlah variabel intervening. Maka kesimpulan dari H_7 yaitu CSR merupakan variabel intervening pada tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan ditolak.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR sebagai variabel intervening mempunyai nilai yang lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis jalur menunjukkan tingkat profitabilitas dapat berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan sebesar 0,606 dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR sebesar 0,039. Hasil pengujian secara langsung lebih besar dibandingkan dengan pengujian secara tidak langsung.

Dari hasil analisis output regresi di atas maka dapat disimpulkan bahwa (H_7) yaitu CSR bukan merupakan variabel intervening antara tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan karena menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini memiliki makna bahwa tingkat profitabilitas secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berikut adalah kesimpulan yang dapat diberikan berdasarkan hasil pengujian seluruh hipotesis; (1) Mekanisme *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh. (2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (3) Mekanisme *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. (4) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, karena tingginya tingkat profitabilitas belum mampu meningkatkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat. (5) Mekanisme *good corporate governance* dan tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening tidak berpengaruh, hasil ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *good corporate governance* dan tingginya tingkat profitabilitas belum mampu mempengaruhi reaksi pasar terhadap informasi laba dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Saran

Bagi penelitian selanjutnya dapat melakukan pengamatan dengan rentang waktu yang lebih lama dan mempertimbangkan perluasan sampel diluar sektor Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dari penelitian ini, serta mengganti variabel intervening *corporate social responsibility* dengan variabel lainnya dikarenakan variabel tersebut tidak terbukti menjadi variabel intervening antara hubungan *good corporate governance* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Juga diharapkan untuk bisa menambahkan variabel independen yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. 2014. Pengaruh *Coporate Sosial Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Finesta Akuntansi dan Manajemen* Vol.2 No.1: 42-47.
- Angela dan F. N. Yudianti. 2015. Pengaruh Kinerja Lingkungan Finansial dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel intervening. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII Medan*. 16-19 September: 1-26.
- Ernawan, E. 2011. *Budaya Organisasi Dalam Perspektif Ekonomi dan Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- FCGI. 2001. Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam Pelaksanaan *Corporate Governance* (Tata Kelola Perusahaan). Jilid II, Edisi 2.
- Ghozali, I. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*", Edisi Kedelapan. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi 1. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hackstone, D dan J. Milne 1996. *Some Determinant Of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1, PP. 77-108
- Haruman, T. 2008. Pengaruh Keputusan Keuangan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEJ). *The First PPM National Conference on Management Reseach*. Sekolah Tinggi Manajemen PPM. Universitas Widyatama Bandung.
- Indriyani, 2011. Pengaruh *Leverage, Profitabilitas, Size, Umur Perusahaan, dan Ukuran Dewan Komisaris* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 3 No.1
- Juniarti dan R. Vincent. 2013. Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei 2007-2011. *Business Accounting Review*. 1(2): 306-318.
- Jensen, M. C. 1976. *The Modern Industrial Revolution, exit and the Failure of Internal Control System*. *Journal of Finance* 48 (Juli):831-880
- Mai, M. U. 2015. Pengaruh *Corporate Governance Mechanism* Terhadap Nilai Perusahaan melalui Pertumbuhan, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 19(1):42-65.
- Organization for Economic Corporation and Development (OECD). 2004. *Corporate Governance: A Survey of OECD Countries*. OECD Publication Service, France.
- Permanasari, W. I. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prasetyowati, F. A. 2015. Peran *Corporate Social Responsibility* sebagai mediasi variabel dari pengaruh karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Purbopangestu, H. W. 2014. Pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. *Accounting Analysis Journal* 3(3): 321-333.
- Rahmawati, A. 2012. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Financial Performance* dengan *Corporate Social Responsibility Diclosure* Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Sudana, I. M dan P. A. Arliandi. 2011. "*Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan go-publik di Bursa Efek Indonesia*". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 4. No 1.
- Sulistyanto, S. 2008. *Manajemen Laba: Teori dan Empiris*. PT.Gramedia Jakarta.
- Ulum, I. 2009. *Intellectual Capital: Konsep dan Kajian Empiris*. Edisi Satu. Graha Ilmu. Jakarta.
- Untung, Budi. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wuryanti dan S. Khotimah. 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance, Leverage dan Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 16(1): 80-89