

PENGARUH CSR DAN GCG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Cici Putri Dianawati
Cici.putridiana@yahoo.com
Siti Rokhmi Fuadati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The consideration in decision making, particularly in the management of the company, stakeholders, investor, creditor, distributor, customer, regulator (BEI) and community about the relevance of corporate social responsibility (CSR) and good corporate governance (GCG) in the annual report of the company to the firm value with profitability as the intervening variable. This research is meant to study and to examine further about the CSR and GCG to the firm value. In this research, the researcher tries to examine by using the 2010-2014 data with the profitability as the intervening variable. The population of this research is Non-financial State-owned Enterprises which have gone public and included in the rating Corporate Governance Perception Index (CGPI) in the year 2010 – 2014. The sample collection has been done by using purposive sampling with the certain criteria so that 20 companies which meet criteria have been obtained as samples. The data analysis has been done by using multiple linear regressions to identify the independent variable which influence the dependent variable and path analysis to detect the indirect influence through profitability (ROE). The result of F test shows that all independent variables make a significant influence to the firm value through profitability (ROE) so it is feasible to be used in this research. The result of the examination either direct or indirect shows that the variables i.e. corporate social responsibility (CSR), good corporate governance (GCG) and profitability have significant influence to the firm value.

Keywords: Profitability (ROE), Good Corporate Governance (CGPI), Corporate Social Responsibility (CSR).

ABSTRAK

Pertimbangan dalam pengambilan keputusan, khususnya manajemen perusahaan, pemegang saham, investor, kreditor, pemasok, konsumen, regulator (BEI) dan masyarakat mengenai relevansi dari *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) dalam laporan tahunan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menelaah dan menguji lebih lanjut mengenai pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk menguji dengan menggunakan data tahun 2010-2014 dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*. Populasi dalam penelitian ini perusahaan BUMN Non Keuangan yang *go public* yang termasuk dalam pemeringkat CGPI pada tahun 2010-2014. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu sehingga didapatkan sampel sejumlah 20 perusahaan yang sesuai dengan kriteria. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengidentifikasi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen dan *path analysis* untuk mendeteksi pengaruh tidak langsung melalui profitabilitas (ROE). Hasil tes uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen menimbulkan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas (ROE) sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil uji secara langsung maupun tidak langsung menunjukkan variabel *corporate social responsibility* (CSR), *good corporate governance* (GCG) dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas (ROE), Good Corporate Governance (CGPI), Corporate Social Responsibility (CSR).

PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2008:78). Epstein dan Freedman (2007:109) menemukan bahwa *stakeholders* tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) sehingga diperlukannya tata kelola usaha yang baik (GCG). Melalui pelaksanaan CSR dan GCG, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan, masyarakat, investasi sosial perusahaan, kinerja keuangan perusahaan dan akses capital serta citra perusahaan di mata publik menjadi baik. Jika CSR dilaksanakan maka GCG akan memadai, karena dengan dilakukannya CSR pada lingkungan perusahaan maka akan dapat memberi jaminan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) bahwa perusahaan telah melakukan tata kelola perusahaan yang baik.

Menurut Wahidahwati (2009:89) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini diproksi dengan ukuran ROE. Menurut Hanafi dan Halim (2008:115) menyatakan bahwa ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham.

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Devina *et al.*, 2010:56). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2010:62).

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan : Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.

Atas dasar uraian tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : (1) Apakah *corporate social responsibility* secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan ? (2) Apakah *good corporate governance* secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan ? (3) Apakah *corporate social responsibility* secara langsung mempengaruhi profitabilitas ? (4) Apakah *good corporate governance* secara langsung mempengaruhi profitabilitas ? (5) Apakah *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan, pada saat profitabilitas sebagai variabel *intervening* ?.

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan, tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh secara langsung *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, (2) Menganalisis pengaruh secara langsung *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, (3) Menganalisis pengaruh secara langsung *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas, (4) Menganalisis pengaruh secara langsung *good corporate governance* terhadap profitabilitas, (5) Menganalisis pengaruh secara tidak langsung *Corporate Social*

Responsibility dan *Good Corporate* terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel *intervening*.

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan serta menganalisis *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan BUMN Non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 – 2014.

TINJAUAN TEORETIS

Tinjauan Teoretis

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Indikator dari nilai perusahaan adalah harga saham, dan kalau harga saham meningkat maka dapat dikatakan bahwa keputusan-keputusan manajemen perusahaan itu benar, karena rahasia manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan refleksi dari nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan akan diukur menggunakan rasio Tobin's q . Tobin's q adalah salah satu rasio yang dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena rasio ini bisa menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan. Menurut Smithers dan Wright (2008:137) Tobin's q didefinisikan sebagai rasio nilai ekuitas ditambah nilai pasar hutang perusahaan dibagi nilai pengganti aktiva perusahaan. Jika nilai q lebih besar dari satu maka dapat disimpulkan bahwa pasar mengakui nilai aktiva perusahaan saat itu lebih tinggi dari pada nilai penggantinya. Rasio Tobin's q merupakan ukuran yang menggambarkan prediksi pasar terhadap *return* yang dihasilkan dari setiap mata uang yang diinvestasikan dalam aktiva perusahaan. Tobin's q merefleksikan ekspektasi investor tentang tingkat kembalian ekonomi (*economic return*) perusahaan dimasa depan (Harjanti dan Umara, 2005 dalam Kiki, 2009:72). Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan karena keberlanjutan hidup merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, social dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan (Rimba, 2010:84).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Hasibuan (2009: 16-17) menyebutkan tiga studi yaitu: "Pertama, *Dicision-usefulness studies*; penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh *users* seperti; para analis, banker, dan pihak lain yang terlibat. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa informasi aktivitas sosial perusahaan adalah pada posisi "Moderately important" Kedua, *Economic theory study*; studi dalam *corporate responsibility reporting* ini mendasari pada *economic agency theory* dan *accounting positive theory* yang menganalogikan manajemen adalah agen dari suatu prinsipal. Prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain, namun pengertian *users* tersebut telah berkembang menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*) Ketiga, *Social and political theory studies*. Bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, *theory legitimasi organizes* dan *theory economy public*. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa 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 *stakeholdernya*". Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma

enlightened self-interest yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Rustiarini, 2010:49).

Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu proses penyampaian dari dampak social dan lingkungan atas kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Kewajiban perusahaan atas CSR telah diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketentuan ini dibuat oleh pemerintah bagi setiap perusahaan untuk mendukung terjalannya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat sekitar. Menurut CSR Forum *corporate social responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Good Corporate Governance (GCG)

Sebagai sebuah konsep, *good corporate governance* (GCG) tidak memiliki definisi tunggal. Diantaranya komite Cadbury melalui *Cadbury Report* memiliki definisi *good corporate governance* tersendiri. *Good corporate governance* adalah prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggung jawabannya kepada *stakeholder*. Sedangkan menurut *Centre of European Policy Studies* (CEPS) *good corporate governance* (GCG) adalah seluruh sistem yang dibentuk mulai dari hak (*right*), proses, serta pengendalian, baik yang ada di dalam maupun yang ada di luar manajemen perusahaan.

Sementara itu, *Asian Development Bank* (ADB) menjelaskan bahwa *good corporate governance* mengandung empat nilai utama yaitu: *accountability, transparency, predictability, dan participation*. Pengertian lainnya dari *Finance Committee on Corporate Governance Malaysia* menyatakan bahwa *good corporate governance* merupakan suatu proses serta struktur yang digunakan untuk mengarahkan sekaligus mengelola bisnis dan urusan perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan. Adapun tujuan akhirnya adalah menaikkan nilai saham dalam jangka panjang tetapi tetap memperhatikan berbagai kepentingan para pemegang saham.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *good corporate governance* adalah (1) suatu struktur yang mengatur pola hubungan harmonis tentang peran dewan komisaris, direksi, dan para pemegang saham, (2) suatu sistem pengecekan dan perimbangan kewenangan atas pengendalian perusahaan yang dapat membatasi munculnya dua peluang yakni pengelolaan yang salah dan penyalahgunaan aset perusahaan, (3) suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaian, dan pengukuran kinerjanya.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Devina *et al.*, 2010:58). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2010:35). Operasional variabel profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, dalam bentuk ROE (*Return On Equity*) yang merupakan rasio antara laba bersih terhadap total equity. ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholders' equity*) yang dimiliki oleh perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Anggraini (2010), Tujuan dari penelitian ini mengamati sejauh mana pengungkapan tentang akuntansi tanggung jawab sosial perusahaan dan meneliti faktor-faktor penentu yang dianggap oleh perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi tanggung jawab sosial. Data yang digunakan dalam penelitian ini mengumpulkan data untuk 118 tahun perusahaan. Saya menggunakan semua sektor yang diterbitkan di Bursa Efek 2000-2004 Jakarta. Saya mengamati tiga kategori pelaporan keberlanjutan perusahaan dari Darwin (2004). Kategori-kategori ini adalah kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Lalu aku meneliti faktor-faktor yang dianggap oleh perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi tanggung jawab sosial. Saya mengidentifikasi lima faktor yang dapat dipertimbangkan. Mereka adalah kepemilikan manajemen, leverage, ukuran, jenis industri, dan profitabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir semua perusahaan diungkapkan kinerja ekonomi karena PSAK 57 telah diatur. kepemilikan manajemen dan jenis industri yang dianggap oleh perusahaan untuk mengungkapkan akuntansi tanggung jawab sosial.

Penelitian Bernhart dan Rosenstein (2008) Pengaruh Corporate Social Responsibility bagi perusahaan nilai dan pengaruh kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi dalam relasi antara Corporate Social Responsibility dan nilai perusahaan. Corporate Social Responsibility adalah diukur dengan indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan nilai perusahaan diwakili oleh rasio Q Tobin sementara kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan dummy variabel. Sampel penelitian ini adalah perusahaan dikategorikan dalam industri profil tinggi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk tahun 2010 dan 2011. Data yang dikumpulkan secara purposive sampling metode. Ada 67 perusahaan di 2010 dan 49 perusahaan pada tahun 2011 memenuhi persyaratan sebagai sampel penelitian. Sebanyak 116 sampel dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan regresi metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dan kepemilikan manajerial simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga sebagian berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akhirnya, manajerial kepemilikan juga memiliki efek sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara Tanggung Jawab Sosial dan nilai perusahaan.

Penelitian Ira (2008) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi CSR tidak dapat secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan sehingga diperlukan variable moderating, yaitu prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas untuk menguatkan hubungan variabel independen dan dependennya. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Dengan menggunakan populasi semua perusahaan terbuka yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2008-2012, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Secara serempak CSR, prosentase kepemilikan manajemen, profitabilitas, interaksi antara CSR dan prosentase kepemilikan manajemen, dan interaksi antara CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Rustiarini (2010) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR dan *corporate governance* pada nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel. hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. (2) pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. (3) pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *corporate governance*

merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hasil ini berarti penerapan *good corporate governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Perumusan Hipotesis

Sutopoyudo (2009: 88) menyatakan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2008:63) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Siallagan dan Machfoedz (2010:143) beragumen *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Penerapan GCG dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang dapat mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan kepada para pemegang saham.

Menurut Anggraini (2010:64) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian Dahlia dan Siregar (2008:52) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan. Sedangkan penelitian Bernhart dan Rosenstein (2008:120) yang menguji hubungan antara kepemilikan manajerial dan komposisi dewan komisaris terhadap nilai perusahaan menemukan bahwa nilai perusahaan meningkat sejalan dengan peningkatan kepemilikan manajerial sampai dengan 5%, kemudian menurun pada saat kepemilikan manajerial 5%-25%, dan kemudian meningkat kembali seiring dengan adanya peningkatan kepemilikan manajerial secara berkelanjutan.

Model Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan, variabel independen yang digunakan adalah *corporate social responsibility* (CRS) dan *good corporate governance* (GCG), sedangkan variabel *intervening* yang digunakan adalah profitabilitas. Kedua variabel independen dan satu variabel *intervening* tersebut diduga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dalam penelitian ini diperlukan uji statistik untuk menguji apakah variabel independen dan variabel *intervening* terbukti berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis

- H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan
- H₂ : *Good Corporate Governance* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H₃ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Profitabilitas

- H₄ : *Good Corporate Governance* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Profitabilitas
- H₅ : *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening*.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-random sampling*, melalui teknik *purposive sampling*, yaitu sampel yang sengaja dipilih dengan pertimbangan kriteria tertentu yaitu subjek yang tidak hanya sebagai pelaku langsung (konsumen), akan tetapi yang sesuai ciri-ciri yang telah ditetapkan pada kriteria sampel sebagai berikut : Perusahaan sampel terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009–2014, dalam kelompok Badan Usaha Milik Negara non keuangan, yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut.

Teknik Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini melalui dua cara : (1) Jenis Data yang diperlukan untuk mendukung analisis dan pengujian hipotesis adalah data sekunder yang disediakan perusahaan BUMN non keuangan yang telah *go public* di Bursa Efek Indonesia. Berupa laporan keuangan yang terdiri dari neraca, laba rugi, perubahan ekuitas, arus kas dan CSR, (2) Sumber Data yang diambil untuk penelitian ini berasal dari pojok Bursa efek Indonesia (STIESIA) website : www.idx.co.id. dan juga website perusahaan yang menjadi sampel penelitian dalam kurun waktu tahun 2009 sampai dengan 2014, (3) Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder sehingga prosedur pengumpulan data terhadap laporan tanggung jawab sosial serta laporan keuangan, yang disediakan oleh perusahaan itu sendiri yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:46). Variabel penelitian ini terdiri dari tiga macam variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, variabel *intervening* (*intervening variable*) atau variabel perantara serta variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), dan variabel terikat (*dependent variable*), nilai perusahaan (Tobin's Q), dan variabel *intervening* Profitabilitas (ROE).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik.

Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Profitabilitas menunjukkan ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Profitabilitas diprosikan

dengan *Return on Equity* (ROE). *Return On Equity* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas dengan memanfaatkan ekuitas atau modal yang dimiliki. Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang berhasil diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya (Sutrisno, 2008:72). Menurut Sadalia dan Saragih (2008:68) ROE merupakan rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa yang mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari pemegang saham biasa.

Teknik Analisa Data

Untuk kepentingan pembahasan dan analisis dan pengujian hipotesis, data diolah dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS 21 yang sesuai dengan penelitian. Tahap-tahap analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui *corporate social responsibility* (CSR), *Good Corporate Governanc* (GCG), nilai perusahaan (Tobin's Q) dan variabel *intervening* Profitabilitas (ROE), pada perusahaan (BUMN) non keuangan yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Sebelum dianalisis, data terlebih dahulu diuji dengan uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2009:65). Untuk menghindari bias maka data yang digunakan harus mempunyai distribusi normal.

Uji Multikolineiritas

Uji Multikolineiritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel-variabel independen saling berkorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2009:69). Ada atau tidaknya multikolineiritas di dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Batas untuk nilai *tolerance* adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10 (Ghozali, 2009:71). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi, Jadi, jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1 atau VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 yang merupakan periode sebelumnya (Ghozali, 2009:73). Jika terjadi korelasi antar kesalahan pengganggu maka terdapat masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2009:74).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009:76). Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2009). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Metode Regresi Linier Berganda

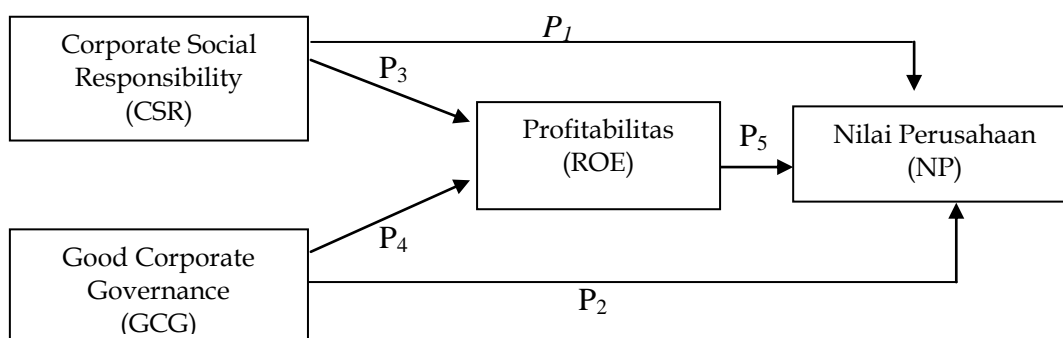
Metode regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukur atau rasio suatu persamaan linier. Metode regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), dan variabel *intervening* Profitabilitas (ROE).

Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2009:80) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak).

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisa data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (path analysis). Menurut Imam Ghozali, (2009: 99). Analisa jalur bertujuan untuk menerangkan akibat langsung dan tak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, terhadap seperangkat variabel lainnya yang merupakan variabel akibat. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi. Didalam analisis regresi upaya mempelajari hubungan antar variabel tidak pernah mempermasalahkan mengapa hubungan tersebut ada atau tidak. Selain itu tidak pernah dipermasalahkan apakah hubungan yang ada antara variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) dengan variabel bebas (*Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG)) disebabkan oleh variabel bebas sendiri atau ada variabel lain diantara kedua variabel tersebut sehingga variabel tidak secara langsung mempengaruhi variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) tetapi ada variabel lain sebagai variabel *intervening* profitabilitas (ROE).



Gambar 1

Model Analisis Jalur (Path Analysis)

Sumber : Data primer diolah 2015

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini perusahaan yang dijadikan objek penelitian adalah perusahaan BUMN Non Keuangan terbuka (*go public*) yang termasuk dalam peringkat CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) pada periode 2010-2014. Dalam penelitian ini objek penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria-kriteria yang telah

ditentukan. Objek penelitian dipilih bagi perusahaan *go public* yang termasuk dalam peringkat CGPI, CSR serta perusahaan yang mengeluarkan laporan keuangan (profit) pada tahun 2010-2013. Perusahaan tersebut yang kemudian dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 14 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Sedangkan 14 perusahaan yang tergolong dalam kelompok Badan Usaha Milik Negara (BUMN) non keuangan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporate Governance (GCG)*, profitabilitas serta nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Daftar Perusahaan BUMN Non Keuangan Yang Digunakan Sebagai Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
2	ADHI	PT Adhi Karya (Persero) Tbk
3	ANTM	PT Aneka Tambang Tbk
4	GIAA	PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk
5	INAF	PT Indofarma (Persero) Tbk
6	JSMR	PT Jasa Marga (Persero) Tbk
7	KAEF	PT Kimia Farma (Persero) Tbk
8	KRAS	PT Krakatau Steel (Persero) Tbk
9	PTBA	PT Bukit Asam (Persero) Tbk
10	SMGR	PT Semen Gresik (Persero) Tbk
11	TINS	PT Timah (Persero) Tbk
12	TLKM	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
13	WIKA	PT Wijaya Karya (Persero) Tbk
14	WSKT	PT Waskita Karya (Persero) Tbk

Sumber : Data BEI 2013

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berfungsi memberi gambaran atau deskripsi data berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan minimum, dan minimum dari masing-masing variabel penelitian. Hasil analisis statistik deskriptif dengan menggunakan *SPSS 21.0* dari variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 2
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	70	-12,00	105,60	11.4431	14.76574
GCG	70	0,06	0,46	0.2620	0.07066
Profitabilitas	70	0,16	99,00	34.8634	26.43705
Nilai Perusahaan	70	4,55	149.74	59.0784	28.33417
Valid N (listwise)	70				

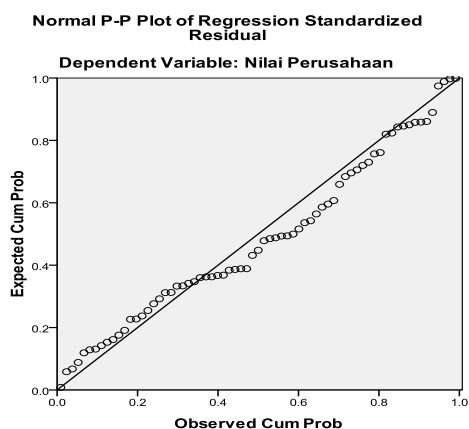
Sumber : Data primer diolah 2015

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji statistik maka data-data yang akan diuji harus memenuhi asumsi-asumsi regresi linier. Asumsi-asumsi tersebut adalah:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normal atau tidaknya data ini maka dapat dilihat menggunakan *normal probability plot*. Hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2
Uji Normalitas

Sumber : Data primer diolah 2015

Pada grafik *normal probability plot* diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dengan penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Dengan memperhatikan grafik tersebut dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga layak digunakan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance Value*. Dengan indikasi apabila nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10 ($tolerance > 0,10$) maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Variance Influence Factor	Keterangan
CSR	0.980	1.020	Bebas Multikolinieritas
GCG	0.978	1.023	Bebas Multikolinieritas
Profitabilitas	0.976	1.024	Bebas Multikolinieritas

a. Dependent variable : Nilai Perusahaan

Sumber : Data primer diolah 2015

Dari hasil uji multikolinearitas diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari semua variabel lebih dari 0,10. Hasil VIF juga menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki nilai

VIF kurang dari 10. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Menurut Suliyanto (2011: 126) salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin Watson (DW).

Tabel 4
Uji Autokorelasi

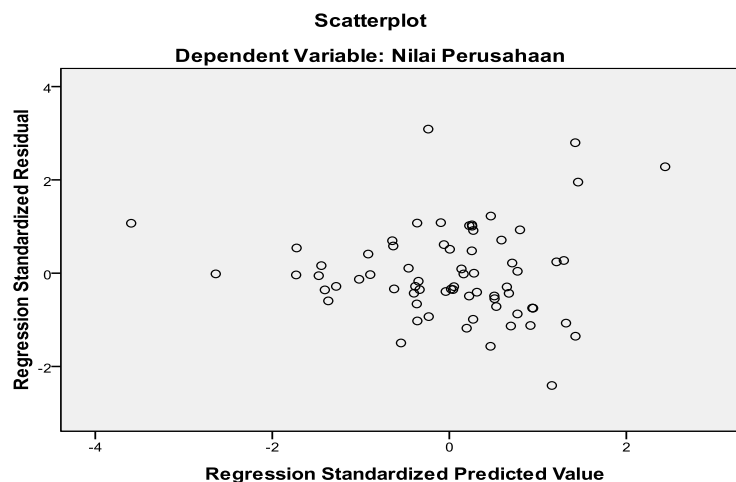
Model	Durbin Watson
1	1,051

Sumber : Data primer diolah 2015

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa angka Durbin Watson sebesar 1,051. Berdasarkan tabel 4 dengan jumlah sampel $n = 70$ dan jumlah variabel bebas $k = 3$ diperoleh nilai $dL = 1,408$ dan $dU = 1,747$; nilai 1,051 terletak pada $du < dw < (4-du)$ dengan demikian dapat dianggap bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain, jika varians tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.



Gambar 3

Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah 2015

Hasil dari *Scatterplot* seperti terlihat pada gambar 3 diatas menunjukkan bahwa menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Oleh karena itu pada model regresi yang terbentuk dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari analisis regresi linier berganda akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Model regresi linier dengan variabel intervening merupakan hubungan bertingkat (Suliyanto, 2011: 129).

Model 1

Teknik analisis regresi berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan. Perhitungan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan software 21 yang disajikan dalam tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 1

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	96.362	13.212		7.294	0.000
CSR	0.338	0.223	0.176	1.518	0.034
GCG	127.576	46.901	0.316	2.720	0.008

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : Data primer diolah 2015

Model 2

Teknik analisis regresi berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap profitabilitas (ROE). Perhitungan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan software 21 yang disajikan dalam tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 2

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.776	12.940		7.294	0.000
CSR	41.202	45.936	0.110	2.110	0.037
GCG	-0.172	0.218	-0.097	-0.789	0.433

b. Dependent Variable : Profitabilitas

Sumber : Data primer diolah 2015

Berdasarkan tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$ROE = 25,776 + 41,202_{CSR} - 0,172GCG + e$$

Model 3

Teknik analisis regresi berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility (CSR)*, *good corporate governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan dengan

profitabilitas (ROE) sebagai variabel intervening. Perhitungan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan software 21 yang disajikan dalam tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 3

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	96.341	13.707		7.029	0.000
CSR	0.338	0.226	0.176	2.498	0.019
GCG	172.609	47.548	0.316	2.684	0.009
PROFIT	0.327	0.227	0.167	2.422	0.019

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : Data primer diolah 2015

Berdasarkan tabel 7 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$NP = 96,341 + 0,338CSR + 172,609GCG + 0,327ROE + e$$

Pengujian Hipotesis

Dalam menguji kebenaran hipotesis maka perlu dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis ini meliputi uji F, uji t, serta uji determinasi (R^2). Uji F dilakukan untuk pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Goodness of Fit

Berikut hasil uji F serta signifikansi melalui SPSS 21 yang disajikan dalam tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Perhitungan Uji Goodness of Fit

Model Anova	Sum of Squares	Df	Mean Square	F _{hit}	Sig.
Regression	6616.368	2	3308.184	4.476	0.015
Residual	48778.447	66	739.067		
Total	55394.815	68			
Model Anova	Sum of Squares	Df	Mean Square	F _{hit}	Sig.
Regression	1126.299	2	563.149	3.794	0.045
Residual	46791.637	66	708.964		
Total	47917.936	68			
Model Anova	Sum of Squares	Df	Mean Square	F _{hit}	Sig.
Regression	6616.399	3	2205.466	2.939	0.040
Residual	48778.416	65	750.437		
Total	55394.815	69			

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

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data primer diolah 2015

Koefisien Determinasi (R²)

Berikut hasil uji koefisien determinasi (R²) serta signifikansi melalui SPSS 21 yang disajikan dalam tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R ² _{square}	Adjusted R ² _{square}	Std. Error of the estimate
Persamaan 1	0.346	0.219	0.193	27.18579
Persamaan 2	0.231	0.124	0.109	26.62638
Persamaan 3	0.456	0.349	0.279	27.39411

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

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data primer diolah 2015

Uji t

Berikut hasil uji t serta signifikansi melalui SPSS 21 yang disajikan dalam tabel 10 sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Perhitungan Uji t

Variabel	t _{hitung}	Nilai Standardized Beta	Sig	Hipotesis
CSR	1.518	0.176	0.034	Diterima
GCG	2.720	0.316	0.008	Diterima
Variabel Dependen : Nilai Perusahaan				
CSR	2.110	0.110	0.037	Diterima
GCG	-0.789	-0.097	-0.433	Diterima
Variabel Dependen : Profitabilitas				
Variabel	t _{hitung}	Nilai Standardized Beta	Sig	Hipotesis
CSR	2.498	0.176	0.019	Diterima
GCG	2.684	0.316	0.009	Diterima
Profitabilitas	2.422	0.167	0.019	Diterima
Variabel Dependen : Nilai Perusahaan				

Sumber : Data primer diolah 2015

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) secara langsung maupun tidak langsung terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas. Berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS 21 yang disajikan dalam tabel 11 sebagai berikut :

Tabel 11
Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Variabel	Nilai Standardized Beta	Sig	Hipotesis
CSR – Nilai Perusahaan	0.176	0.034	Diterima
GCG – Nilai Perusahaan	0.316	0.008	Diterima
CSR – Profitabilitas	0.110	0.037	Diterima
GCG - profitabilitas	-0.097	-0.433	Ditolak
Profitabilitas – Nilai Perusahaan	0.167	0.019	Diterima
Variabel Dependen : Nilai Perusahaan			

Sumber : Data primer diolah 2015

Pembahasan

Uraian berikut ini tentang pembahasan terhadap hasil analisis yang telah dikemukakan sebelumnya. Dari hasil perhitungan uji t diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai pengaruh sebagai berikut:

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*

Nilai Perusahaan menunjukkan pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility (CSR)* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti, perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional yang tinggi dengan pengungkapan CSR yang lebih luas akan cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Strategi perusahaan seperti CSR dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal. Perusahaan dapat memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi perusahaan, dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan dengan menerapkan CSR. Telah disebutkan dalam UU bahwa perusahaan yang aktivitasnya berhubungan dengan lingkungan alam wajib menerapkan CSR. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.* 2008; 77).

Pengaruh *Good Corporate Governance*

Nilai Perusahaan menunjukkan pengaruh *good corporate governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan signifikan dengan arah bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance (GCG)* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peneliti juga memasukkan variabel kontingen GCG sebagai suatu struktur yang sistematis untuk memaksimalkan nilai perusahaan. GCG mensyaratkan adanya tata kelola perusahaan yang baik. Tata kelola perusahaan yang baik menggambarkan bagaimana usaha manajemen mengelola aset dan modalnya dengan baik agar menarik para investor. Pengelolaan aset dan modal suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan yang ada. Jika pengelolaannya dilakukan dengan baik maka otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan. Proksi dari GCG yang digunakan adalah dewan komisaris independen. Menurut (Wardani, 2008: 10), komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata sesuai

kepentingan perusahaan. Hal ini disebabkan oleh karena adanya kontrol yang mereka miliki. Dalam penelitian terdahulu tentang pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan yang diteliti Carningsih (2009: 87). Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi komisaris independen sebagai proksi dari *Good Corporate Governance (GCG)* merupakan variabel moderasi tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian tersebut bahwa komisaris independen sebagai variabel moderasi atas hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan kedua variabel tersebut. Sebaliknya hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan akan diperkuat oleh dewan komisaris independen, karena salah satu elemen *good corporate governance (GCG)* yang mempengaruhi insentif bagi manajemen untuk melaksanakan kepentingan terbaik dari pemegang saham adalah pemilikan saham oleh manajemen. Kepemilikan manajemen didefinisikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi (Midiastuty dan Machfoedz, 2009:88).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*

Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Intervening ini menunjukkan pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* dan *good corporate governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan signifikan dengan arah bernilai positif. Semakin baik *corporate social responsibility (CSR)* dan *good corporate governance (GCG)* maka nilai perusahaan juga akan meningkat atau sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility (CSR)* dan *good corporate governance (GCG)* terhadap masyarakat maupun sumber daya manusia serta pemegang saham akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh profitabilitas sebagai variabel intervening terhadap nilai perusahaan yang berpengaruh signifikan. Masuknya profitabilitas mampu secara signifikan mempengaruhi secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility (CSR)* dan *good corporate governance (GCG)* dapat meningkatkan perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya *corporate social responsibility (CSR)* dan *good corporate governance (GCG)* juga dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa banyak perusahaan yang mempunyai sifat progresif yaitu perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan *corporate social responsibility (CSR)* dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan (Suharto, 2006).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor. Juga diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2010) bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian Dahlia dan Siregar (2008) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan.

Pengaruh profitabilitas terhadap *good corporate governance*

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh profitabilitas terhadap *good corporate governance* (GCG) tidak signifikan dengan arah bernilai positif. Hasil penelitian bernilai positif sesuai dengan teori bahwa *Good Corporate Governance* mengarahkan pengelolaan perusahaan pada upaya pencapaian laba dan *sustainability* secara seimbang (Daniri, 2006). Pencapaian keuntungan tersebut merupakan wujud pemenuhan pemegang saham dan tidak dapat lepas dari pencapaian *sustainability* yang merupakan wujud pemenuhan kepentingan para pemangku kepentingan. Perusahaan yang memperoleh pendapatan yang lambat atau profitabilitas yang sedikit akan cenderung mengumumkan lebih banyak tentang pelaksanaan GCG.

Hasil penelitian ini yang mengatakan bahwa variabel profitabilitas tidak signifikan terhadap CGPI konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyowati (2010) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *good corporate governance* (GCG).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan yaitu: (1) Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa secara simultan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) Dari hasil uji t diketahui bahwa *corporate social responsibility* (CSR) secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan, (3) Dari hasil uji t diketahui bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan, (4) Dari hasil uji t diketahui bahwa *profitabilitas* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya memasukkan variabel kontrol seperti ukuran perusahaan untuk memperkuat hubungan antara nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance*, (2) Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan tahun penelitian dengan standar penyusunan laporan keuangan yang sama, (3) Untuk penelitian mendatang sebaiknya menambah variabel penelitian, seperti likuiditas, dan lain-lain, untuk menambah variabel independen

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. 2010. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi*. IX. (2) : 23-24. Padang.
- Bernhart, S. W., and S. Rosentein. 2008. Board Composition, Managerial Ownership, and Firm Performance: An Empirical Analysis. *Financial Review*. 33(1):1-16
- Carningsih. 2009. Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai perusahaan Property Dan RealEstate Yang Terdaftar DI BEI. *Jurnal Akuntansi*. Vol.2 (2) : 181-201.
- Dahlia dan Siregar. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi*. XI(2):63-71. Pontianak.

- Devina, F., L. Suryanto, dan Zulaikha. 2010. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*,4(3):13-16.
- Darwin. 2004. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Daniri. 2006. *Konsep dan Penerapan Good Corporate Governance*. Dalam Konteks Indonesia. Jakarta : Ray Indonesia
- Epstein, M. J dan M. Freedman. 2007. "Social Disclosure and the Individual Investor." *Accounting, Auditing & Accountability Journal*,7(1):23-27
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Gray. 2008. Pengantar Evaluasi Proyek. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hanafi, M.M., dan A. Halim. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. UPP STM YKPN. Yogyakarta.
- Hasibuan, M. R. 2009. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (*Social Disclosures*) Dalam Laporan Tahunan Emiten Di Bursa Efek Jakarta Dan Bursa Efek Surabaya". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ira, A. 2008. Pengaruh Laba dan Arus Kas Operasi terhadap Harga Saham pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2002-2005. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Kiki. 2009, "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan". *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Midiastuty dan Machfoedz. 2009. Analisis Hubungan Mekanisme Corporate Governance dan Indikasi Manajemen Laba. *Simposium Nasional Akuntansi VI*.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi.XI(3):23-26* Padang.
- Rustiarini, N. W. 2010. "Pengaruh *Corporate Governance* Pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaanan". *Simposium Nasional Akuntansi*. XIII(3):52-59.
- Rimba, K. 2010. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sadalia, I. dan S. S. N. Saragih. 2008. Pengaruh Profitability dan Investment Oppurtunity Set Terhadap Dividen Tunai Pada Perusahaan Terbuka Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*.1(3):103-108.
- Suliyanto, 2011, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia
- Siallagan, H., dan M. Machfoedz. 2010. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi.IX. (2) : 137-143*.
- Smithers, A. dan S.Wright. 2008, *Valuing Wall Street*, McGraw Hill.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid Tiga. CV Alfabeth. Bandung.
- Sutrisno. 2008. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Suharto. 2006. *Pekerjaan Sosial Industri, CSR Dan Comdev*. <http://pkbl.bumn.go.id/file/PSICSRComDev-edi%20suharto.pdf>. Diakses tanggal 16 Februari 2009.
- Sulistiyowati. 2010. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Growth Terhadap Kebijakan Dividen dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 29 Oktober.

- Zuhroh dan Sukmawati. 2008. Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (Studi Kasus pada Perusahaan perusahaan High Profile di BEJ), *Simposium Nasional Akuntansi*.VI(1): 38-42.
- Wahidahwati. 2009. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 5(1):2-5.
- Wardani. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 13 (2), Agustus, hal. 173-183.