

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat S-1**



Disusun oleh:
Zuni Astuti
NPM. 15.0102.0173

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh:
Zuni Astuti
NPM.15.0102.0173

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

SKRIPSI

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

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

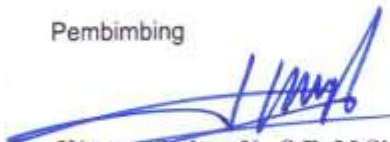
Zuni Astuti

NPM 15.0102.00173

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 16 Agustus 2019.....

Susunan Tim Penguji

Pembimbing


Wawan Sadyo N., S.E., M.Si., Ak., CA.
Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji


Wawan Sadyo N., S.E., M.Si., Ak., CA.
Ketua

Farida, S.E., M.Si., Ak., CA.
Sekretaris

Muji Murnati, S.E., M.Si., Ak., CA.
Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal 26 AUG 2019


Dra. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zuni Astuti
NPM : 15.0102.0173
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaanya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 2 Agustus 2019
Pembuat pernyataan



Zuni Astuti
NPM 15.0102.0173

RIWAYAT HIDUP

Nama : Zuni Astuti
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 2 Juni 1995
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Giyanti RT. 005 RW. 003, Candimulyo, Magelang
Alamat Email : zuniastuti02@gmail.com
Pendidikan formal :
Sekolah Dasar (2002-2007) : SD Negeri Giyanti
SMP (2007-2010) : SMP Negeri 1 Candimulyo
SMA (2010-2013) : SMA Negeri 1 Candimulyo
Perguruan Tinggi (2015-2019) : S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang

Pendidikan Non Formal :

- *Basic Learning and Speaking Course* di UMMagelang Language Center.
- Pelatihan Dasar Keterampilan Komputer di UPT Pusat Komputer UMMagelang.

Pengalaman Organisasi :

- Himpunan Mahasiswa akuntansi (HMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai anggota (2015-2016).
- Himpunan Mahasiswa Akuntansi (HMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai staf divisi penelitian dan pengembangan (2016-2017).
- Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai sekretaris (2017-2018).

Magelang, 2 Agustus 2019
Peneliti



Zuni Astuti
NIM. 15.0102.0173

MOTTO

“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim”
(HR. Ibnu Majah)

Barang siapa keluar mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah
(HR. Turmudzi)

“Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu,
sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”
(Al-Baqarah: 153)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka mana kala kamu telah
selesai (dari urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).
Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap”.
(QS. Al-Insyirah: 6-8)

Manisnya keberhasilan akan menghapus pahitnya kesabaran, nikmatnya perolehan
kemenangan akan menghilangkan letihnya perjuangan, memutuskan pekerjaan
dengan baik akan melenyapkan lelahnya jerih payah
(Laa-Tahzan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)**”.

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Eko Muh Widodo, M.T selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Ibu Nur Laila Yuliani, SE, M.Sc, AK selaku Ketua Program Studi Akuntansi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta nasehat-nasehatnya sehingga skripsi dapat terselesaikan.
4. Bapak Wawan Sadtyo Nugroho, SE, M.Si., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, bimbingan, kritik, dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Muhammadiyah Magelang.
6. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman tercinta yang telah membantu, mendukung, memotivasi, dan menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Magelang, 2 Agustus 2019
Peneliti,



Zuni Astuti
NIM. 15.0102.0173

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Riwayat Hidup	iv
Motto.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
1. Empiris	12
2. Praktis	12
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTISIS.....	14
A. Telaah Teori	14
1. Teori Sinyal	14
2. <i>Litigation Cost Theory</i>	15
3. CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	16
4. GCG (<i>Good Corporate Governance</i>).....	18
5. Nilai Perusahaan	20
6. Profitabilitas	22
B. Telaah Penelitian Sebelumnya	24
C. Pengembangan Hipotesis	27
D. Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Populasi dan Sampel	33
B. Data Penelitian	34
1. Jenis dan Sumber Data	34
2. Teknik Pengumpulan Data	34
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	35
D. Metode Analisis Data.....	36
1. Statistik Deskriptif.....	36
2. Uji Asumsi Klasik	37
3. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Sampel Penelitian.....	46
B. Statistik Deskriptif	47
C. Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Normalitas	49

2. Uji Multikolonieritas	50
3. Uji Autokorelasi	51
4. Uji Heteroskedastisitas	52
D. Hasil Pengujian Hipotesis	53
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
2. Pengujian Model Pengukuran (Uji <i>Goodness of Fit</i>)	54
3. Analisis Persamaan Regresi	59
4. Uji Statistik-t (Uji t)	63
5. Uji Sensitivitas atau <i>Robustness Test</i> dengan <i>Chow Test</i>	76
E. Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Keterbatasan Penelitian	93
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN 1.....	98
LAMPIRAN 2.....	109
LAMPIRAN 3.....	204

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Pengujian Variabel.....	35
Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi	40
Tabel 3.3 Penerimaan Uji F	42
Tabel 3.4 Penerimaan Uji t (Positif)	44
Tabel 4.1 Seleksi Sampel Penelitian Perusahaan Manufaktur	46
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.8 Hasil Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskriptif <i>Sub Grup</i> Profitabilitas Tinggi	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda <i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Tinggi	61
Tabel 4.14 Hasil Statistik Deskriptif <i>Sub Grup</i> Profitabilitas Rendah.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda <i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Rendah	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t CSR – Nilai Perusahaan	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik t GCG – Nilai Perusahaan	66
Tabel 4.18 Standar Pemisahan Sampel Moderasi	68
Tabel 4.19 Pemisahan Sampel Pengujian Moderasi	68
Tabel 4.20 Hasil Statistik Deskriptif <i>Sub Grup</i> Profitabilitas Tinggi	69
Tabel 4.21 Hasil Uji Statistik t (<i>High Profit</i>).....	69
Tabel 4.22 Hasil Statistik Deskriptif <i>Sub Grup</i> Profitabilitas Rendah.....	71
Tabel 4.23 Hasil Uji Statistik t (<i>Low Profit</i>)	71
Tabel 4.24 Standar Pemisahan Sampel Moderasi	73
Tabel 4.25 Pemisahan Sampel Pengujian Moderasi	73
Tabel 4.26 Hasil Uji Statistik t (<i>High Profit</i>)	74
Tabel 4.27 Hasil Uji Statistik t (<i>Low Profit</i>)	75
Tabel 4.28 Nilai RSSr	77
Tabel 4.29 Nilai RSSur	77
Tabel 4.30 Nilai RSSur	77
Tabel 4.31 Nilai RSSr	78
Tabel 4.32 Nilai RSSur	79
Tabel 4.33 Nilai RSSur	79
Tabel 4.34 Hasil Uji Statistik t dan <i>Chow Test</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ide Penelitian.....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	32
Gambar 4.1 Nilai Kritis Uji F	56
Gambar 4.2 Nilai Kritis Uji F <i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Tinggi.....	57
Gambar 4.3 Nilai Kritis Uji F <i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Rendah	59
Gambar 4.4 Nilai Kritis Uji t Variabel CSR	65
Gambar 4.5 Nilai Kritis Uji t Variabel GCG	67
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan Uji Statistik t <i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Tinggi	70
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan Uji Statistik t (<i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Rendah)	72
Gambar 4.8 Daerah Penerimaan Uji Statistik t (<i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Tinggi).....	74
Gambar 4.9 Daerah Penerimaan Uji Statistik t (<i>Sub Grup</i> Sampel Profitabilitas Rendah)	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1- Daftar Eliminasi Sampel Penelitian	99
Lampiran 1.2 - Daftar Sampel Akhir Setiap Model.....	108
Lampiran 2.1 - Daftar Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) menurut GRI <i>guidline</i> 4.0 (G4)	110
Lampiran 2.2 - Tabulasi Variabel CSR 2013 – 2017.....	116
Lampiran 2.3 - Daftar Indikator <i>Good Corporate Governance</i> 2013 – 2017	151
Lampiran 2.4 - Tabulasi Variabel GCG 2013 – 2017	155
Lampiran 2.5 - Tabulasi Variabel Nilai Perusahaan tahun 2013 – 2017	191
Lampiran 2.6 - Tabulasi Variabel Profitabilitas tahun 2013 – 2017.....	198
Lampiran 2.7 - Tabulasi Data Pengujian <i>Chow Test</i>	202
Lampiran 3.1 - Hasil <i>Output</i> Uji Asumsi Klasik.....	205
Lampiran 3.2 - Hasil <i>Output</i> Statistik Deskriptif.....	207
Lampiran 3.3 - Hasil <i>Output</i> Uji <i>Goodness of Fit</i>	208
Lampiran 3.4 - Hasil <i>Output</i> Statistik t	209
Lampiran 3.5 - Hasil <i>Output</i> Uji F untuk Perhitungan <i>Chow Test</i>	210

ABSTRAK

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)

Oleh :
Zuni Astuti

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya konsep *signaling theory* dan *litigation cost theory* dengan melihat efek dari perusahaan profitabilitas tinggi dan rendah dalam hubungan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Indikator CSR diukur dengan GRI (*Global Reporting Initiative*) G4 (91 indikator) sedangkan indikator GCG diukur dengan item GCG sesuai dengan Keputusan Ketua BAPEPAM-LK No. KEP-134/BL/2006 yaitu terdapat 93 indikator. Berdasarkan pengambilan sampel *purposive sampling* dengan penelitian 5 tahun (2013-2017) diperoleh sampel sebanyak 35 sampel dengan profitabilitas tinggi dan 35 sampel dengan profitabilitas rendah. Sehingga secara integrasi diperoleh sebanyak 14 perusahaan atau 70 sampel. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik t dan *chow test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, peran profitabilitas dapat memoderasi atau memperkuat hubungan positif antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan, dan peran profitabilitas tidak dapat memoderasi atau memperkuat hubungan positif antara *good corporate governance* dengan nilai perusahaan.

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu tujuan setiap entitas ialah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut maka akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Nilai perusahaan akan menjadi sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar saham karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan. Keuntungan maksimal akan terwujud melalui strategi meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Menurut Mariani dan Suryani (2018) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan (Puspaningrum, 2017). Kinerja perusahaan tidak hanya dinilai dari faktor keuangannya saja, namun juga dari faktor non keuangan yang berdampak terhadap nilai

perusahaan di mata investor, *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) adalah faktor non-keuangan yang sangat perlu dipertimbangan perusahaan.

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan juga merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *stakeholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, *supplier*, komunitas dan juga pesaing (Rosiana *et al.*, 2013). Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan.

Masih rendahnya pengungkapan CSR di Indonesia dinyatakan dalam sebuah fenomena bahwa dalam riset tersebut perusahaan di Indonesia memiliki kualitas pengungkapan tanggung jawab social yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Riset *Centre for Governance, Institutions and Organizations National University of Singapore* (NUS) *Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap

praktik pengungkapan CSR sehingga menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset itu dilakukan terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand (www.cnnindonesia.com).

Perkembangan praktik dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia dilatarbelakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan CSR. Sejak tanggal 23 september 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Poin regulasi pemerintah tersebut terkandung dalam *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang menghasilkan rerangka konseptual, prinsip-prinsip, pedoman, dan indikator-indikator yang berterima umum secara global untuk mendorong organisasi agar lebih transparan, dan digunakan untuk mengukur serta melaporkan kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi organisasi dalam media pelaporan yang terintegrasi yang disebut *sustainability reporting/corporate social responsibility* (www.globalreporting.org). GRI menyusun *GRI index* versi 4.0 sebagai salah satu *guidelines* yang diharapkan dapat menjadi alat bantu setiap perusahaan dalam menyusun laporan CSR perusahaan. Pengungkapan pelaksanaan CSR menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. *Corporate social responsibility* (CSR) dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan

melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholders* sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Good corporate governance (GCG) di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. FCGI (*forum corporate governance Indonesia*) juga menjelaskan bahwa tujuan dari *corporate governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Siallagan dan Machfoedz (2006) mengungkapkan bahwa penerapan *good corporate governance* akan memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada pemegang saham. Jadi jika perusahaan menerapkan sistem GCG diharapkan kinerja tersebut akan meningkat menjadi lebih baik, dengan meningkatnya kinerja perusahaan diharapkan juga dapat meningkatkan harga saham perusahaan sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercapai. Fatchan dan Trisnawati (2017) juga menyatakan bahwa *good corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) oleh perusahaan di Indonesia. Pasalnya, penerapan GCG di Indonesia saat ini realif tertinggal dibandingkan negara-negara di kawasan ASEAN. Ketua Dewan Komisioner OJK mengungkapkan, hanya 2 emiten dari Indonesia yang masuk dalam daftar 50 emiten terbaik dalam praktik GCG di ASEAN. Pencapaian

perusahaan di Indonesia masih tertinggal jauh dari Thailand yang mampu menempatkan 23 emiten, Filipina 11 emiten, Singapura 8 emiten dan Malaysia 6 emiten. Penerapan GCG yang baik adalah aspek utama untuk membangun fundamental perusahaan yang kokoh. Menurut Ketua Dewan Komisioner OJK, kinerja keuangan perusahaan tidak akan berkelanjutan bila tidak dilandasi oleh praktik-praktik tata kelola yang baik. Selain itu, laporan tahunan yang didukung GCG akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas publik, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan investor. Meningkatnya kepercayaan investor, pada akhirnya bisa mendongkrak investasi baik dari investor dalam negeri maupun investor asing melalui beragam produk pasar modal di Indonesia maupun melalui investasi langsung (www.cnnindonesia.com).

Salah satu lembaga yang sampai saat ini turut berperan aktif dalam hal pengembangan GCG di Indonesia adalah *The Indonesian Institute for Corporate Governance*. Kontribusi IICG sendiri dalam memasyarakatkan GCG di Indonesia meliputi kegiatan-kegiatan dalam bidang riset dan pemeringkatan, pendidikan dan pelatihan, publikasi dan promosi, serta konsultasi. Umumnya tahapan penilaian CGPI dilakukan melalui empat tahapan, yaitu *self-assessment*, kelengkapan dokumen, penyusunan makalah, dan observasi. Pada dasarnya perusahaan yang menerapkan GCG ini mengharapkan untuk dapat menunjang guna meningkatkan nilai perusahaannya. Akan tetapi pada faktanya masih terdapat beberapa perusahaan yang menerapkan GCG serta mengikuti pemeringkatan CGPI

masih mempunyai nilai perusahaan yang berfluktuasi dan bahkan beberapa perusahaan memiliki nilai rendah (Yuliyanti, 2019).

Banyak penelitian yang telah dilakukan sebelumnya akan tetapi masih ditemukan ketidakkonsistenan dalam hasil. Penelitian yang dilakukan oleh Sunaryo *et al.* (2018) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pada penelitian Murnita dan Putra (2018) juga menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ditemukan pada penelitian Stiaji *et al.* (2015) menunjukkan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pada penelitian Mariani dan Suryani (2018) menunjukkan bahwa CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan teori sinyal, kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik dan pengungkapan kepada pihak eksternal sehingga dapat mengetahui bagaimana tingkat pertanggungjawabannya terhadap lingkungan sekitar. Pada saat masyarakat memiliki penilaian positif terhadap perusahaan maka akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk sehingga mampu menaikkan nilai bagi perusahaan.

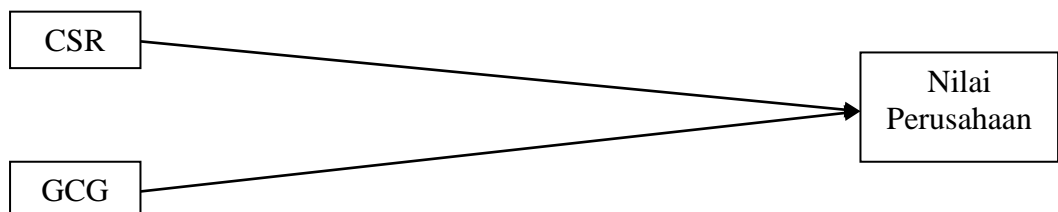
Yuliyanti (2019) meneliti pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan pada penelitian Fitri dan Herwiyanti (2015) yang menunjukkan bahwa GCG

berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Selain itu, pada penelitian Pratiwi dan Rahayu (2015) menunjukkan bahwa GCG tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya penerapan GCG, diharapkan dapat mengurangi adanya asimetri informasi sehingga laporan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dapat dipercaya sehingga dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Beberapa penelitian sebelumnya terdapat bermacam-macam hasil penelitiannya seperti positif, negatif, dan tidak signifikan dalam penelitian pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berikut tabel 1.1 menunjukkan penelitian-penelitian terdahulu terkait *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Positif	Negatif	Tidak Signifikan
<ul style="list-style-type: none"> • Yuliyanti (2019) • Sunaryo <i>et al.</i> (2018) • Murnita dan Putra (2018) • Setiawan dan Christiawan (2017) • Bawafi dan Prasetyo (2015) • Randy dan Juniarti (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> • Puspaningrum (2017) • Ramona (2017) • Fatchan dan Trisnawati (2017) • Stiaji <i>et al.</i> (2015) • Fitri dan Herwiyanti (2015) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mariani dan Suryani (2018) • Panggabean (2018) • Stacia dan Juniarti (2015) • Pratiwi dan Rahayu (2015) • Ramadhani <i>et al.</i> (2015)



Gambar 1.1
Ide Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan masih terdapat hasil yang beragam maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji ulang hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Selain itu, dalam penelitian ini ingin mengetahui penerapan regulasi UU PT No. 40 Th 2007 tentang tanggung jawab sosial dan tata kelola usaha yang baik.

Penelitian ini mengembangkan penelitian Murnita dan Putra (2018) tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel moderasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu **pertama**, menambahkan variabel *good corporate governance*. Alasan menambahkan variabel *good corporate governance* karena pada prinsipnya perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders* sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Selain itu, GCG di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Penggunaan indeks dalam pengungkapan *corporate governance* cukup penting karena selain sebagai sinyal positif bagi investor juga dapat diketahui tingkat kepatuhan (*compliance*) perusahaan terhadap peraturan BAPEPAM Kep-134/BL.2006 tentang pengungkapan praktek *good corporate governance* (Nurhidayah, 2011). Menurut Yuliyanti (2019) menyatakan bahwa dengan peningkatan GCG menunjukkan bahwa perusahaan sudah

menerapkan GCG diperusahaan disebabkan karena adanya manfaat GCG yang dirasakan terutama manfaat jangka panjang dan bukan hanya untuk mematuhi peraturan semata tetapi penerapan GCG sudah menjadi salah satu kebutuhan perusahaan. Investor sekarang juga mulai menilai pelaksanaan GCG di perusahaan sebab dengan hal tersebut menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjalankan perusahaan dengan tata kelola yang baik. Penelitian Yuliyanti (2019) menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan pada penelitian Fitri dan Herwiyanti (2015) yang menyatakan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini untuk mengevaluasi kembali pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan **kedua** yaitu, penelitian ini tidak menggunakan variabel *leverage* sebagai variabel moderasi, karena pada penelitian ini dilakukan pengklasifikasian perusahaan dengan menggunakan profitabilitas yaitu perusahaan dengan profitabilitas tinggi dan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengungkapan antara perusahaan dengan profitabilitas tinggi dan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Profitabilitas diusulkan sebagai variabel moderasi pada penelitian ini untuk memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan (Puspaningrum, 2017).

Selain bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, perbedaan **ketiga** yaitu untuk mengetahui profitabilitas sebagai variabel moderasi memiliki hubungan antara *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* dengan nilai perusahaan. Variabel moderasi dalam penelitian ini dilakukan pemisahan sampel antara profitabilitas tinggi dan rendah, dengan menggunakan *litigation cost theory* oleh Skinner (1997). Teori tersebut, mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan atau profitabilitas yang tinggi maka rasa legitimasinya juga akan tinggi sehingga sadar akan mengungkapkan informasi secara luas dan akan berdampak positif pada nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas yang rendah lebih cenderung tidak mengikuti legitimasi atau aturan dan lebih sedikit dalam mengungkapkan informasi, karena terkait biaya yang dikeluarkan tidak sedikit. Sehingga dapat memungkinkan menurunkan nilai perusahaan disebabkan investor lebih tertarik pada perusahaan yang lebih banyak dan patuh dalam mengungkapkan informasi.

Perbedaan **keempat** yaitu, penelitian sebelumnya menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Dalam penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Dipilihnya perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berskala besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga dapat melakukan perbandingan banyaknya pengungkapan CSR dan GCG antara perusahaan

satu dengan perusahaan lain. Selain itu, perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang perindustriannya sangat erat dengan lingkungan hidup sehingga diwajibkan untuk melakukan pengungkapan CSR dan GCG.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh nilai perusahaan?
2. Apakah *good corporate governance* (GCG) dipengaruhi oleh nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *good corporate governance* (GCG) dan nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis moderasi profitabilitas terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.
4. Menguji dan menganalisis moderasi profitabilitas terhadap hubungan antara *good corporate governance* (GCG) dan nilai perusahaan.

D. Kontribusi Penelitian

1. Empiris

- a. Sebagai tambahan pengetahuan dan referensi tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
- b. Dalam hal pengembangan ilmu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi penerapan atas teori-teori yang telah ada.

2. Praktis

- a. Bagi peneliti, penulisan ini merupakan media bagi peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama masa perkuliahan, serta dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada manajer perusahaan terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) untuk menciptakan nilai bagi perusahaan.
- c. Bagi *investor*, membantu sebagai bahan pertimbangan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) yang selanjutnya dapat digunakan untuk

menilai keunggulan bersaing perusahaan sehubungan dengan keputusan investasi mereka.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang dari permasalahan yang diajukan dan merupakan gambaran dari isi penelitian, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang ingin dicapai melalui proses penelitian, sistematika penulis yang menguraikan bagaimana penelitian ini dapat dijabarkan.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Perumusan Hipotesis, memuat tinjauan pustaka yang mencakup landasan teori yang berisi tentang teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis, kerangka konseptual tentang permasalahan yang akan diteliti dan hipotesis penelitian yang merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari tinjauan pustaka.

BAB III Metode Penelitian, menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, pada bab ini membahas tentang hasil penelitian yang memuat data deskripsi dari hasil pengumpulan data, analisis data dan pembahasan penelitian.

BAB V Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk penelitian yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTISIS

A. Telaah Teori

1. Teori Sinyal

Teori Sinyal dikembangkan oleh (Ross, 1977) yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya asimetri informasi antara pihak eksternal dengan perusahaan, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan dengan pihak manajemen perusahaan. Hal baik yang ingin disampaikan perusahaan akan dilakukan secepat mungkin untuk mendapat respon pasar. Sedangkan informasi internal perusahaan adalah sinyal bagi para investor di pasar untuk menanamkan modal dan sebagai indikator yang memengaruhi prospek perusahaan kedepannya. Sinyal ini berupa informasi tentang segala aktivitas yang telah dilaksanakan oleh manajemen perusahaan dalam merealisasikan tuntutan pemilik.

Menurut Jogiyanto (2000:392), informasi yang dipublikasikan akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Informasi yang baik diharapkan dapat memberikan reaksi positif dari pasar. Dengan informasi yang diungkapkan perusahaan diharapkan dapat menjadi acuan untuk *stakeholder* dalam mengambil keputusan. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan mengurangi informasi asimetris,

dengan memberikan sinyal kepada pihak eksternal berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang. Dibutuhkan informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu yang akan mendukung investor dalam mengambil keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

2. *Litigation Cost Theory*

Litigasi merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan penyelesaian perkara yang membutuhkan aturan untuk penyelesaian tersebut. Litigasi juga merupakan pengakuan dari suatu entitas atau perusahaan yang cenderung terlihat ingin berbeda dibandingkan dengan perusahaan yang lain.

Konsep *litigation cost theory* menurut Skinner (1994) mengungkapkan bahwa perusahaan yang keuntungannya tinggi maka rasa legitimasi akan tinggi sehingga sadar akan mengungkapkan informasi. Teori tersebut memiliki 2 efek, pertama manajer yang memiliki keinginan untuk mengikuti aturan-aturan berlaku akan berdampak pada pengungkapan yang sukarela. Kedua, peraturan-peraturan yang berlaku dapat memungkinkan manajer untuk mengurangi pengungkapan informasi. Perusahaan yang kinerjanya tergolong baik, kesadaran untuk melakukan legitimasi atau mengikuti aturan akan semakin tinggi, dibandingkan perusahaan yang kinerjanya rendah. Perusahaan yang kinerjanya baik akan lebih percaya diri dalam pengungkapan informasi

dan manajer berani mengambil keputusan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal dengan harapan menambah *image* di mata investor. Berbeda dengan perusahaan yang kinerjanya rendah atau tingkat profitabilitasnya rendah.

Hal ini membuat perusahaan dituntut untuk pilihan antara mengungkapkan informasi dengan biaya yang tidak cukup sedikit, atau lebih memilih tidak mengungkapkan informasi sehingga melanggar aturan. Litigasi berpotensi mengurangi insentif untuk memberikan pengungkapan, terutama dalam mencari informasi mendatang.

3. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Rosiana *et al.*, (2013) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar. Secara umum, CSR mencakup berbagai tanggung jawab yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat di tempat perusahaan itu beroperasi. Tanggung jawab

social dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan *stakeholder*.

Pengungkapan CSR merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan Mathews (1995). Dengan mengungkapkan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan diharapkan perusahaan bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa dalam melaksanakan aktivitasnya, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata melainkan perusahaan juga memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan. Lestari (2015) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dalam setiap aspek kegiatan operasinya.

Penelitian ini CSR diukur dengan indeks jumlah item pengungkapan CSR yang mencerminkan seberapa luas perusahaan mengungkapkan item CSR yang dijalankan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) Index G4 dengan total item pengungkapan sebanyak 91 item pengungkapan. *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan

berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org).

4. GCG (*Good Corporate Governance*)

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisikan *good corporate governance* (GCG) sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (Randy dan Juniarti, 2013). Disamping itu, FCGI juga menjelaskan bahwa tujuan dari *corporate governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Sriwidodo dan Sumaryanto (2019) menyatakan bahwa *good corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengukur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada pemegang saham. Konsep *good corporate governance* diartikan sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan agar dapat menciptakan nilai tambah untuk *stakeholder*. GCG dapat menciptakan mekanisme dan alat kontrol untuk memungkinkan terciptanya sistem pembagian keuntungan dan kekayaan yang seimbang bagi *stakeholder* dan meningkatkan efisiensi bagi perusahaan (Ningsih dan Atmadja, 2017).

OECD (*Organization For Economic Co-Operation And Development*) menguraikan bahwa ada empat unsur penting dalam *corporate governance*, yaitu:

1. *Fairness* (keadilan), menjamin perlindungan hak-hak para pemegang

saham, baik minoritas maupun asing, serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor.

2. *Transparency* (transparansi), mewajibkan adanya suatu informasi yang terbuka, jelas, tepat waktu dan dapat diperbandingkan yang menyangkut keadaan keuangan, pengelolaan dan kepemilikan perusahaan.
3. *Accountability* (akuntabilitas), menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta mendukung usaha guna menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen dan pemegang usaha, sebagaimana yang diawasi oleh dewan komisaris.
4. *Responsibility* (pertanggungjawaban), memastikan dipatuhinya peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial.

Suwardjono (2008:580), menjelaskan bahwa tujuan umum pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan serta untuk melayani berbagai pihak yang memiliki kepentingan berbeda-beda. Adapun beberapa tujuan pengungkapan yang lain adalah sebagai berikut:

1. Tujuan melindungi, dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi statemen keuangan.

2. Tujuan informatif, dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Dengan demikian, penyediaan informasi dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut.
3. Tujuan kebutuhan khusus, merupakan gabungan dari tujuan melindungi dan tujuan informatif, sehingga apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

Pelaksanaan *good corporate governance* sangat diperlukan untuk memenuhi kepercayaan masyarakat dan dunia internasional sebagai syarat mutlak bagi perusahaan untuk berkembang dengan baik dan sehat yang tujuan akhirnya untuk mewujudkan *stakeholder value*. Selain itu, pelaksanaan GCG juga dapat mendorong para pihak yang berkepentingan dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakannya dilandasi oleh nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan.

5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dinilai dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dan dari segi perubahan harga saham. Nilai perusahaan

pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena dapat mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki perusahaan tersebut (H. Lestari, 2015). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset (Sriwidodo dan Sumaryanto, 2019). Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena menjadi indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

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

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk

mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004).

6. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan (Ramona, 2017b). Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan (Puspaningrum, 2017). Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang relatif kecil karena tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar pendanaan

internal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan menggunakan laba ditahan sebelum memutuskan untuk menggunakan hutang (H. Lestari, 2015).

Menurut Stiaji *et al.* (2015) profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Dalam dunia pasar modal sendiri profitabilitas merupakan hasil dasar kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen dan merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Wahidawati (2002), juga menyatakan bahwa profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Wahidawati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya.

Pada penelitian ini, kemampuan perusahaan menghasilkan laba diukur dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan

tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap aktiva yang digunakan.

B. Telaah Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Yuliyanti (2019)	Independen: CSR dan GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> dan <i>good corporate governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2.	Sunaryo <i>et al.</i> (2018)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memoderasi pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.
3.	Murnita dan Putra (2018)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan nilai perusahaan.
4.	Panggabean (2018)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil
5.	Mariani dan Suryani (2018)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	<i>Corporate responsibility</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.
6.	Setiawan dan Christiawan (2017)	Independen: GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Good corporate governance</i> memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7.	Fatchan dan Trisnawati (2017)	Independen: GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Good corporate governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
8.	Puspaningrum (2017)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	<i>Corporate responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.
9.	Ramona (2017)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	<i>Corporate responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak mempengaruhi hubungan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil
10.	Wibowo (2016)	Independen: GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Good corporate governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
11.	Bawafi dan Prasetyo (2015)	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderasi: Profitabilitas	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memoderasi hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan nilai perusahaan.
12.	Stiaji <i>et al.</i> (2015)	Independen: CSR Dependen: Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan signifikan terhadap nilai perusahaan.
13.	Pratiwi dan Rahayu (2015)	Independen: GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Good corporate governance</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
14.	Fitri dan Herwiyanti (2015)	Independen: CSR dan GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Good corporate governance</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil
15.	Stacia dan Juniarti (2015)	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
16.	Ramadhani <i>et al.</i> (2015)	Independen: GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Good corporate governance</i> tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
17.	Randy dan Juniarti (2013)	Independen: GCG Dependen: Nilai perusahaan	<i>Good corporate governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Beberapa artikel yang diolah 2019

C. Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Rosiana *et al.*, (2013) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar. *Signalling theory* (Ross, 1977) menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan juga telah beroperasi dengan baik. Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Dorongan mengapa perusahaan memberikan informasi karena adanya asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan

datang daripada pihak luar. Informasi internal perusahaan merupakan sinyal bagi para investor di pasar untuk menanamkan modal dan sebagai indikator yang memengaruhi prospek perusahaan kedepannya.

Sejalan dengan teori sinyal, kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik dan pengungkapan kepada pihak eksternal sehingga dapat mengetahui bagaimana tingkat pertanggungjawabannya terhadap lingkungan sekitar. Pada saat masyarakat memiliki penilaian positif terhadap perusahaan maka akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk sehingga mampu menaikkan nilai bagi perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan Murnita dan Putra (2018) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu pada penelitian Sunaryo *et al.* (2018) juga mengungkapkan hal yang sama bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawa sosialnya tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Hubungan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan

Good corporate governance merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Berdasarkan *signaling theory*, (Ross, 1977) yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal ini dilakukan dengan pengelolaan perusahaan yang harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan tersebut dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada peraturan dan ketentuan yang berlaku. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga pemegang saham akan menginvestasikan modalnya ke perusahaan tersebut.

Hasil penelitian sebelumnya menurut Yuliyanti (2019) menyebutkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pada penelitian Setiawan dan Christiawan (2017) juga menyebutkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya penerapan GCG, diharapkan dapat mengurangi adanya asimetri informasi sehingga laporan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dapat dipercaya sehingga dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₂: *Good corporate governance* (GCG) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Konsep *litigation cost theory* menurut Skinner (1994) mengungkapkan bahwa perusahaan yang keuntungannya tinggi maka rasa legitimasi akan tinggi sehingga sadar akan mengungkapkan informasi. Profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan dengan harapan menghasilkan laba yang tinggi sehingga nilai perusahaan akan naik. Jika kinerjanya baik maka perusahaan akan memiliki kesadaran untuk mengungkapkan CSR yang lebih. ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut sebagai *earning power* karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan. Melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan atau tidak. Sehingga, semakin tinggi nilai dari rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik.

Penelitian yang telah dilakukan Bawafi dan Prasetyo (2015) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Sunaryo *et al.* (2018) juga mengungkapkan hal yang sama bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan *litigation cost theory* jika perusahaan

memiliki profitabilitas tinggi maka akan memperkuat pengaruh hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya jika perusahaan memiliki profitabilitas rendah maka akan memperlemah pengaruh hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pengungkapan CSR dalam suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₃: Pengaruh positif *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan akan lebih besar pada sub grup sampel profitabilitas tinggi.

4. Hubungan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

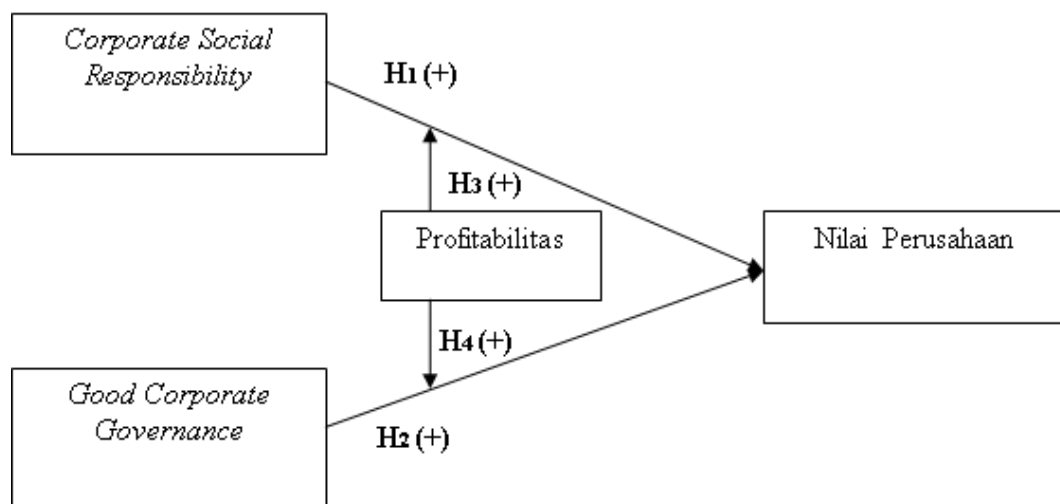
Konsep *litigation cost theory* menurut Skinner (1994) mengungkapkan bahwa perusahaan yang keuntungannya tinggi maka rasa legitimasi akan tinggi sehingga sadar akan mengungkapkan informasi. Perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi maka perusahaan tersebut cenderung mengungkapkan informasinya lebih, karena perusahaan tersebut lebih percaya diri dan berkeyakinan akan kemajuan perusahaan tersebut.

Hasil penelitian sebelumnya menurut Yuliyanti (2019) menyebutkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Randy dan Juniarti (2013) menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan *litigation cost theory* jika perusahaan memiliki

profitabilitas tinggi maka akan memperkuat pengaruh hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya jika perusahaan memiliki profitabilitas rendah maka akan memperlemah pengaruh hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan. semakin banyak pengungkapan GCG, maka semakin tinggi nilai perusahaan karena dengan adanya pengungkapan GCG yang lebih banyak akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Pengaruh positif *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan akan lebih besar pada sub grup sampel profitabilitas tinggi.

D. Model Penelitian



Gambar 2.1
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017 dengan menggunakan *purposive sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017.
2. Perusahaan yang tidak mengalami *delisting* selama lima tahun berturut-turut 2013 sampai dengan 2017.
3. Perusahaan yang telah menerbitkan laporan tahunan secara lima tahun berurutan dari 2013 sampai dengan 2017.
4. Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan dengan satuan mata uang rupiah (Rp).
5. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2013 sampai dengan 2017.
6. Perusahaan yang mencantumkan penutupan harga saham pada laporan tahunan periode tahun 2013-2017.
7. Laporan tahunan perusahaan memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan

dalam penelitian setiap masing-masing variabel.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yakni jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Data kuantitatif diaplikasikan pada jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 dan memiliki laporan tahunan lengkap serta data terkait jumlah pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama atau data yang tersusun dalam bentuk dokumen. Oleh sebab itu, laporan tahunan perusahaan merupakan sumber data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.ac.id.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Data diperoleh dengan cara menyalin data atau informasi terkait dengan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* atau daftar

pertanyaan–pertanyaan yang berisi elemen–elemen tertentu yang digunakan dalam pengukuran variabel.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1
Pengujian Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Ukuran	Skala
1.	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham di pasar modal.	$Tobins\ Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$ (Bawafi dan Prasetyo, 2015)	Rasio
			Keterangan: Q = Nilai perusahaan EMV = Nilai pasar ekuitas D = Nilai buku dari total hutang EBV = Nilai buku dari total ekuitas	
2.	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	<i>Corporate social responsibility</i> merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap <i>stakeholder</i> , terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya.	$CSRI = \frac{n}{k}$ (Fauziah <i>et al.</i> , 2016)	Rasio
			Keterangan: CSRI = Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> perusahaan N = Jumlah skor pengungkapan yang diperoleh perusahaan K = Jumlah skor maksimal (91)	

Tabel 3.1
Pengujian Variabel
(Lanjutan)

No.	Variabel	Definisi Operasional	Ukuran	Skala
3.	<i>Good Corporate Governance Disclosure</i>	<i>Good corporate governance</i> merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (<i>value added</i>) untuk semua <i>stakeholder</i> .	$CGDI = \frac{\text{Total skor item yang diungkapkan}}{\text{Skor maksimum}}$ (Ningsih dan Atmadja, 2017)	Rasio
4.	Profitabilitas	Profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen perusahaan untuk menghasilkan laba.	$ROA = \frac{\text{Earnings after tax}}{\text{Total assets}}$ (Bawafi dan Prasetyo, 2015)	Rasio

Sumber: Beberapa artikel yang diolah 2019

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan alat statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (Ghozali, 2018:19).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menentukan ketepatan model. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan juga harus bebas dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam peneliti ini berupa:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:164). Analisis parametrik seperti regresi linier mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Penelitian ini menggunakan teknik uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data tersebut terdistribusi normal, sedangkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018:31). Data yang memenuhi pengujian ini menunjukkan bahwa data dapat mewakili populasi karena populasi selalu dianggap normal. Jika hasil pengujian menunjukkan bahwa data tidak normal maka data belum dapat diolah untuk analisis lebih lanjut karena belum dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya dalam populasi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Ghozali, 2018:107). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel–variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Menurut Ghozali (2018:107-108) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel–variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel–variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- 3) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah

sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2018:111). Untuk mendianogsa ada tidaknya autokorelasi pada suatu model regresi, maka dilakukan dengan pengujian terhadap Uji Durbin Watson (*DW test*). Uji Durbin Watson digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2018:112).

Berikut tabel 3.2 merupakan perumusan pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi :

Tabel 3.2
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No desicison	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber: Ghozali, 2018

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. 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, 2018:137). Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan uji *glejser* dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

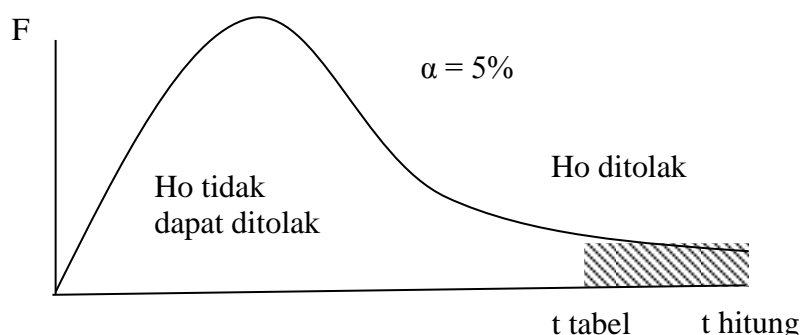
Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted* R^2 . Nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Nilai *Adjusted* R^2 dalam kenyataannya dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai negatif. Jika

dalam uji empiris di dapat nilai *adjusted R²* negatif (Ghozali, 2018:97-98).

b. Uji Statistik F (*Goodness of Fit*)

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fitnya* (Ghozali, 2018:97). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama–sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$), dan kriterianya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga model regresi *fit* (hipotesis diterima).
- 2) Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a ditolak, sehingga model regresi tidak bagus (hipotesis tidak diterima).



Tabel 3.3
Penerimaan Uji F

c. Analisis Persamaan Regresi

Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan (Ghozali, 2018:95).

Berikut persamaan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini :

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 GCG + e$$

Sedangkan terkait dengan adanya moderasi profitabilitas dengan memisahkan sampel menjadi dua kategori profitabilitas, yakni dengan profitabilitas tinggi (*high*) dan profitabilitas rendah (*low*), maka persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$\frac{High : NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 GCG + e}{Low : NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 GCG + e}$$

Keterangan :

NP = Nilai perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien variabel independen

β_2 = Koefisien variabel independen

CSR = *Corporate social responsibility*

GCG = *Good corporate governance*

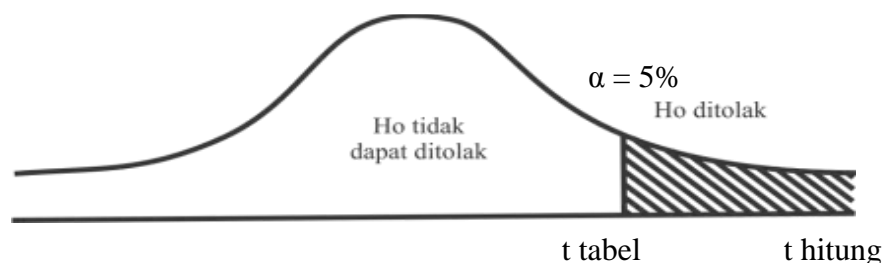
e = Error

d. Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:101). Penentuan nilai t tabel menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$, dimana n adalah jumlah sampel. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau $p\text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a tidak dapat diterima. Artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Berikut gambar penerimaan uji t positif :



Tabel 3.4
Penerimaan Uji t (Positif)

e. Uji Analisis Sensitivitas atau *Robustness Test* dengan *Chow Test*

Chow test adalah alat untuk menguji *test for equality of coefficients* atau uji kesamaan koefisien (Ghozali, 2018:183). Pengujian *chow test* dilakukan dengan mengelompokkan sampel dengan pemberian nilai 1 untuk kelompok sampel dengan profitabilitas tinggi dan 0 untuk sampel dengan profitabilitas rendah. Efek moderasi kemudian diuji dengan menguji interaksi langsung antara variabel profitabilitas yang sudah dikelompokkan dengan variabel *corporate social responsibility* dan *good corporate governance*. Berikut perhitungan nilai F test dengan rumus:

$$F = \frac{(RSSr - RSSur)/k}{(RSSur)/(n1 + n2 - 2k)}$$

Keterangan :

RSSr = *Restricted residual sum of squares*

RSSur = *Unrestricted residual sum of squares*

K = Jumlah parameter yang diestimasi

N = Jumlah perusahaan

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai penerapan konsep *signaling theory* dan *litigation cost theory* dengan melihat pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan sampel 14 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013–2017. Sedangkan untuk sampel pengujian moderasi dilakukan dengan *split* yaitu pemisahan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dan perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah.

Hasil pengujian menunjukkan variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan variabel *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan profitabilitas sebesar 90,4% sisanya 9,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian. Sedangkan hasil pengujian statistik F menunjukkan F hitung lebih besar dari F tabel yang berarti bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini *fit* atau bagus. Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan profitabilitas dapat menjelaskan variabel nilai perusahaan secara baik.

Berdasarkan hasil pengujian statistik t yang menunjukkan hasil penelitian yang telah dilakukan, memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* atau pertanggungjawaban sosial perusahaan yang tinggi dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan pengungkapan CSR yang semakin tinggi dapat menjadi sinyal positif terhadap investor karena dapat mengurangi asimetri terhadap pihak eksternal, sehingga informasi yang didapat oleh pihak eksternal akan semakin banyak dan mampu menaikkan nilai perusahaan terhadap investor.
2. *Good corporate governance* atau tata kelola perusahaan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena pengungkapan GCG yang semakin tinggi dapat menaikkan kepercayaan investor terhadap perusahaan karena informasi yang diperoleh investor semakin banyak.
3. Profitabilitas pada perusahaan mampu memperkuat hubungan positif CSR dengan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi maka kinerja perusahaan tersebut juga semakin baik yang berarti bahwa berkaitan dengan pengungkapan CSR yang semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
4. Profitabilitas tidak mampu menjelaskan atau memoderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan GCG merupakan pengungkapan yang bersifat wajib sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi maupun perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan tetap mengungkapkan informasi GCG perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, keterbatasan tersebut diantaranya:

1. Penelitian ini fokus terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sehingga masih banyak variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Penelitian ini fokus pada efek moderasi dengan profitabilitas.

C. Saran

Memperhatikan beberapa keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai pertimbangan bagi peneliti selanjutnya antara lain:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti *intellectual capital* (Sayyidah dan Saifi, 2017).
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti ukuran perusahaan (Puspaningrum, 2017).

DAFTAR PUSTAKA

- Bawafi, M. H., & Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 721–730.
- Fatchan, I. N., & Trisnawati, R. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Pada Hubungan antara Sustainability Report dan Nilai Perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 25.
- Fauziah, G., Irwanto, A. K., & Syamsun, M. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen IKM*, 11(1), 52–60.
- Fitri, R. A., & Herwiyanti, E. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Universitas Jenderal Soedirman*.
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Sembilan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Kedua). Yogyakarta: BPFE UGM.
- Keputusan BAPEPAM-LK No. KEP-134/BL/2006
- Lestari, H. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*. 4(12), 1–19.
- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 7.
- Mathews, M. R. (1995). Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern? *Journal of Business Ethics*, 14(8), 663–671.
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *Universitas Udayana*.

- Ningsih, F. S., & Atmadja, A. S. (2017). Pengaruh Pengungkapan Good Corporate Governance terhadap Stock Return dengan Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan LQ-45. *Business Accounting Review*, 5(2), 433–444.
- Nurhidayah, M. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Governance Terhadap Nilai dan Kinerja Perusahaan. *Skripsi Universitas Sebelas Maret*.
- Panggabean, M. R. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 26(1), 82–94.
- Pratiwi, N., & Rahayu, S. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Good Corporate Governance, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Proceeding of Management*, 2(3), 3146–3152.
- Puspaningrum, Y. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Profita*, (1), 1–14.
- Ramadhani, S., Andreas, & Desmiyawati. (2015). Pengaruh Corporate Governance Perception Index dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 1–17.
- Ramona, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015) Diajukan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian*.
- Randy, V., & Juniarti. (2013). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Business Accounting Review*, 1(2).
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(3), 723–738.
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signaling Approach. *The Bell Journal of Economics*, 8(1), 23–40.
- Sayyidah dan Saifi. (2017). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1).

- Setiawan, E., & Christiawan, Y. J. (2017). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai Variabel Kontrol. *Business Accounting Review*, 5(2), 373–384.
- Siallagan, H., & Machfoedz, M. (2006). Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba Dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*, (61), 23–26.
- Skinner, D. J. (1994). Why Firms Voluntarily Disclose Bad News. *Journal of Accounting Research*, 32(1), 38–60.
- Sriwidodo, U., & Sumaryanto. (2019). Analisis Return On Equity , Corporate Social Responsibility , Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2016). *Research Fair Unisri*, 3(1).
- Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 3(2), 81–90.
- Stiaji, R. J., Diana, N., & Afifudin. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi*, 6(6).
- Sukamulja, S. (2004). Good Corporate Governance Di Sektor Keuangan Dampak GCG Terhadap Kinerja Perusahaan. *Benefit*, 8(1), 1–25.
- Sunaryo, I., Widarno, B., & Suharno. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 14, 211–221.
- Suwardjono. (2008). *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan* (Ketiga). Yogyakarta: BPF UGM.
- Wahidawati. (2002). No Title. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 5(1).
- Wibowo, et al. (2016). Pengaruh CSR Disclosure dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Pengaruh CSR Disclosure dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (2012-2014)*, 926–935.

Yuliyanti, L. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 2(2), 21.

www.globalreporting.org di akses April 2019

www.idx.ac.id di akses April 2019

www.ojk.go.id di akses April 2019