

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

Luqman Nur Hakim¹, Sri Lestari², Ekaningtyas Widiastuti³, Meutia Karunia Dewi⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jenderal Soedirman

Email : luqmannur647@gmail.com¹, cicimanajemen@gmail.com², widtyas@gmail.com³,
meutiakd@gmail.com⁴

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) sebuah usaha untuk mempertahankan posisi perusahaan dalam persaingan dengan menjaga keharmonisan dengan konsumen. Tidak hanya CSR, perusahaan juga harus memperkuat internal perusahaan dengan menerapkan *Good Corporate Governance (GCG)*. CSR dan GCG mampu meningkatkan nilai perusahaan. Pengaruh tersebut akan dilihat dengan menggunakan profitabilitas sebagai pemoderasi. Hal ini yang mendasari tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui kemampuan CSR dan GCG dalam mempengaruhi nilai perusahaan dan pengaruhnya jika menambahkan variabel profitabilitas sebagai pemoderasi. Sebanyak 55 perusahaan *property & real estat* di BEI 2014-2017 akan menjadi sampel. Hasil analisis menunjukkan CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan namun nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh GCG. Profitabilitas yang diwakili oleh ROA dapat menjadi pemoderasi antara GCG namun tidak mampu menjadi pemoderasi CSR untuk nilai perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), nilai perusahaan, profitabilitas

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) an effort to maintain the company's position in competition by maintaining harmony with consumers. Not only CSR, but companies also have to strengthen their internal company by implementing *Good Corporate Governance (GCG)*. CSR and GCG can increase company value, and it will determine using profitability as a moderating variable. The research has an aim to assess the ability of CSR and GCG in influencing company value and its effect if adding profitability as a moderating variable. This research has 55 samples from *property & real estate* companies on 2014-2017. The results show that CSR does not affect the value of the company, but GCG can

influence the value of the company. Profitability represented by ROA can be a moderating between GCG but is not able to be a CSR moderator for the benefit of the company.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), firm value, profitability

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan tentunya memiliki visi misi dan harus diketahui, dilaksanakan serta diterapkan oleh seluruh bagian perusahaan dari pimpinan paling atas sampai dengan karyawan paling bawah, dalam jalannya operasional perusahaan sehari-hari. Operasional perusahaan akan berjalan mengikuti visi dan misi serta tujuan perusahaan yang akan dicapai.

Setiap perusahaan ingin mendapatkan keuntungan dan juga untuk berbagi keuntungan dengan para pemegang saham serta untuk menunjukkan ke para calon investor bahwa, perusahaan dalam kondisi yang prima untuk menerima modal dari para calon investor, salah satu yang dapat dilihat oleh calon investor yaitu posisi nilai perusahaan. Apakah perusahaan dalam keadaan yang stabil atau dalam keadaan menuju ke posisi *stall* (mengawatirkan) dan apakah perusahaan dalam keadaan menghadapi keadaan yang cerah atau justru perusahaan tersebut sedang berusaha keras menghadapi situasi yang buruk dan bersiap dengan sekuat tenaga guna menghadapi goncangan yang akan segera dihadapi.

Penciptaan harmonisasi antara segala aspek di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan menjadi senjata utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu program yang dapat dilakukan perusahaan guna mencapai keadaan yang harmonis dengan menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG). Seluruh orang di organisasi mencerminkan tampilan dari organisasi yang menunjukkan kepedulian terhadap masalah sosial sehingga tercermin dalam operasional perusahaan (Santoso, 2015).

Beberapa penelitian menghubungkan antara CSR dan nilai perusahaan. Wulandari et al (2016) dan Anugerah (2016) menemukan CSR mempengaruhi nilai perusahaan, namun berbeda dengan Purnamawati et al (2017) dan Chrisantoro

(2018) yang menyatakan hubungan CSR dengan nilai perusahaan tidak signifikan disebabkan oleh perusahaan yang diteliti belum sepenuhnya melakukan kegiatan CSR sesuai dengan kriteria yang ditentukan yaitu 78 item atau indikator.

Penelitian yang menghubungkan antara GCG dan nilai perusahaan, salah satunya adalah Purnamawati et al (2017) menyatakan GCG mampu mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. Hasil ini berbeda dengan Anugerah (2016). Anugerah (2016) menemukan GCG tidak memiliki kemampuan dalam mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan perusahaan belum secara maksimal menerapkan seluruh sistem GCG .

Permatasari et al. (2016) menambahkan profitabilitas sebagai moderasi. Hasil penelitian menyatakan profitabilitas sebagai moderasi dapat memperkuat pengaruh GCG terhadap nilai perusahaana. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi skor GCG suatu perusahaan maka para investor maupun calon investor akan semakin tertarik dan yakin untuk investasi di perusahaan tersebut, karena mereka berkeyakinan bahwa dengan suatu perusahaan sudah menerapkan GCG berpengaruh terhadap pemenuhan hak-hak para investor oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al (2016) menemukan profitabilitas mendorong pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan jika digunakan sebagai pemoderasi. Penerapan CSR akan meninggikan citra perusahaan, profit, dan nilai perusahaan yang terlihat dalam harga saham sehingga akan menguntungkan para pemegang saham. Maka berdasarkan hasil dari dua penelitian tersebut dan untuk membuktikan kembali hasil penelitian, maka peneliti menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Peneliti tertarik untuk menggunakan sektor *property & real estate* didasarkan saran dari penelitian terdahulu yaitu menyarankan agar penelitian sebaiknya dilakukan di sektor yang berhubungan dengan sumber daya alam dan masyarakat kemudian di sektor ini juga merupakan salah satu sektor yang berhubungan sangat dekat dengan masyarakat sehari-hari. Hal ini mendasari penelitian melihat hubungan antara CSR dan GCG ke nilai perusahaan serta mengidentifikasi kuat

rendahnya pengaruh profitabilitas bagi kedua variabel tersebut pada perusahaan *property & real estate* 2014-2017.

METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian berjumlah 55 perusahaan *property & real estate*, periode pengamatan 2014-2017, memiliki laporan keuangan lengkap dan sudah menerapkan pengungkapan CSR dan GCG. Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan digunakan uji koefisien determinasi dan uji statistik t. Uji t untuk menguji apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantungnya atau tidak secara parsial (Suliyanto, 2011). Setelah itu akan melakukan analisis regresi moderasi digunakan uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA). Jika variabel moderasi dalam hal ini profitabilitas memperkuat hubungan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan maka hipotesis diterima (Tobin's Q).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang dilakukan dengan melakukan uji asumsi dan diperoleh hasil bahwa data yang digunakan telah terdistribusi normal serta model penelitian telah terbebas dari multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Analisis selanjutnya adalah melakukan perhitungan regresi berganda. Tabel 1 merupakan hasil pengolahan regresi dengan menggunakan bantuan SPSS.

Tabel 1. Hasil Regresi Berganda

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.318	5.522		.058	.954
	GCG	2.868	.296	.668	9.687	.000
	CSR	.066	.040	.113	1.639	.104

a. Dependent Variable: NP

Berdasarkan Tabel 1, maka dibuat persamaan regresi sebagai berikut :
 $Y = 0,318 + 0,066X_1 + 2,868X_2 + e$ dengan X_1 adalah CSR dan X_2 adalah GCG. Uji t mengetahui pengaruh yang diberikan secara parsial baik CSR dan GCG ke nilai perusahaan sebagai berikut :

1. CSR terhadap nilai perusahaan

Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh CSR. Karena tidak memiliki pengaruh maka semakin banyak kuantitas atau bantuan dalam kegiatan CSR sama sekali tidak berdampak pada nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung dengan hasil regresi dengan dengan nilai Sig. CSR $0,104 > 0,05$. Nilai uji t juga menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar $1,639 <$ dari t_{tabel} $1,65787$. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa penerapan CSR di perusahaan *property & real estate* mengalami peningkatan dalam tahun 2016 dan juga tahun 2017, perusahaan-perusahaan tersebut sudah mulai menerapkan program CSR sesuai dengan indikator yang sudah ditentukan oleh *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Hasil ini sesuai dengan teori legitimasi untuk menjaga hubungan dengan masyarakat guna terus bertahan. Hasil ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Purnamawati et al (2017) dan Chrisantoro (2018).

2. GCG terhadap nilai perusahaan

GCG secara positif mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *property & real estate*. Hal ini berarti bahwa bahwa semakin lengkap perusahaan menerapkan dan mengaplikasikan GCG mengakibatkan semakin bertambah baik nilai perusahaan. Berdasarkan dari hasil analisis regresi berganda koefisien regresi X_2 sebesar 2,868 yang berarti jika GCG meningkat sebesar satu satuan dan variabel lain konstan, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2,868 satuan. Kesimpulan tersebut juga didasari oleh hasil analisis regresi GCG dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,687 > 1,65787$) atau sig. GCG lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung teori signal bahwa perusahaan memberikan sinyal positif berupa penerapan GCG sehingga menarik investor. Selain itu, Purnamawati et al (2017) juga mendapatkan hasil yang sama dengan penelitian sekarang.

Analisis selanjutnya menggunakan uji MRA, uji ini akan memiliki indikator variabel moderasi profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara CSR dan GCG dengan nilai perusahaan maka hipotesis diterima.

1. Uji MRA antara CSR dengan profitabilitas (ROA)

Hasil perhitungan MRA antara CSR dengan profitabilitas (ROA) dapat dilihat dalam Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) Antara CSR dengan Profitabilitas (ROA)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.195	8.158		.392	.696
	CSR	.065	.052	.112	1.249	.214
	ROA	55.382	18.533	.268	2.988	.003
	MCSRROA	-.225	.176	-.115	-1.277	.204

a. Dependent Variable: NP

Hasil penelitian ini berdasarkan dari hasil MRA sebesar 0,204 lebih besar dari 0,05 membuktikan bahwa profitabilitas (ROA) tidak memiliki peranan dalam menguatkan pengaruh antara CSR dengan nilai perusahaan. Berbeda dengan Wulandari et al (2016) yang menemukan profitabilitas menguatkan pengaruh CSR dengan nilai perusahaan.

2. Uji MRA antara GCG dengan profaribilitas (ROA)

Hasil perhitungan MRA antara GCG dengan profitabilitas (ROA) dapat dilihat dalam Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) Antara CSR dengan Profitabilitas (ROA)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.517	5.301		.663	.508
	ROA	23.834	11.731	.127	2.032	.044
	GCG	1.036	.438	.241	2.364	.020
	MCGROA	-2.867	.577	-.510	-4.972	.000

a. Dependent Variable: NP

Hasil penelitian berdasarkan MRA memiliki nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hal ini membuktikan bahwa nilai profitabilitas (ROA) dapat mendorong GCG dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan Permatasari et al (2016).

KESIMPULAN DAN SARAN

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel namun penelitian ini hanya menganalisis CSR dan GCG serta variabel moderasi yang diwakili oleh profitabilitas (ROA). Hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai perusahaan *property & real* tidak dapat dipengaruhi oleh CSR pada periode pengamatan.
2. Nilai perusahaan *property & real* dapat dipengaruhi oleh GCG pada periode pengamatan.
3. ROA yang mewakili profitabilitas tidak mampu dijadikan sebagai pemoderasi antara CSR dengan nilai perusahaan *property & real estate*.
4. ROA yang mewakili profitabilitas mampu dijadikan sebagai pemoderasi antara CGC dengan nilai perusahaan *property & real estate*.

Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menggunakan rasio lain dalam mewakili profitabilitas. Selain itu, bisa juga menggunakan obyek perusahaan lain yang terdaftar di BEI dan menambah durasi pengamatan sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, F. R. (2016). Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.
- Christiantoro, C. N. (2018). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Surabaya.

- Permatasari, L. W., & Gayatri. (2016). Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2302-8559.
- Purnamawati, I. G., Yuniarta, G. A., & Astria, P. R. (2017). *Good Corporate Governance dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility Disclosure. Jurnal Keuangan dan Perbankan*,, 276–286.
- Santoso, J. (2015). *Corporate Social Responbility : Upaya Menjalin Kemitraan Korporasi, Pemerintah, dan Masyarakat*. Yogyakarta: TAB GRAFIKA.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, A. A., Ramantha, I. W., & Wirakusuma, M. G. (2016). Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 1889-1918.