

Jurnal Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Peserta Corporate Governance Perception Index Pada Tahun 2013-2017

Atika Rahmi Pratiwi¹, dan Asniati Bahari²¹Universitas Andalas, Akuntansi, email: atikarahmi7@gmail.com²Universitas Andalas, Akuntansi, email: asniati.bahari@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Good Corporate Governance terhadap Profitabilitas perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang menjadi peserta Corporate Governance Perception Index pada tahun 2013-2017. Komponen Corporate Governance yang digunakan pada penelitian ini adalah Direksi, Dewan Komisaris dan Komite Audit. Sedangkan rasio Profitabilitas diproksikan dengan ROA, ROE, ROI dan EPS. Sampel penelitian ini terdiri dari 8 perusahaan dengan metode pengambilan sampel purposive sampling setelah dilakukan eliminasi berdasarkan kriteria yang ada. Data penelitian yang digunakan adalah laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang dipublikasikan melalui website www.idx.co.id dan website masing-masing perusahaan. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) sebagai teknik analisis data dengan software SmartPLS versi 3.0.M3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Good Corporate Governance berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, sedangkan Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap profitabilitas serta Corporate Social Responsibility bukan variabel moderasi pada pengaruh Good Corporate Governance terhadap Profitabilitas.

Kata kunci: Good Corporate Governance, Profitabilitas Perusahaan, Corporate Governance Perception Index

Abstract

This study aims to determine the effect of Good Corporate Governance on company profitability with Corporate Social Responsibility as a moderating variable in companies participating in the Corporate Governance Perception Index in 2013-2017. The Corporate Governance components used in this study are the Board of Directors, the Board of Commissioners and the Audit Committee. While the profitability ratio was proxied by ROA, ROE, ROI, and EPS. The research sample consisted of 8 companies with a purposive sampling method after elimination based on existing criteria. The research data used are annual reports and company sustainability reports which were published through the website www.idx.co.id and the website of each company. The research hypothesis testing was carried out with the Structural Equation Model (SEM) using Partial Least Square (PLS) as a data analysis technique with SmartPLS software version 3.0.M3. The results of this study indicate that Good Corporate Governance affects the profitability of companies, while Corporate Social Responsibility does not affect profitability and Corporate

Social Responsibility was not a moderating variable on the effect of Good Corporate Governance on Profitability.

Keywords: *Good Corporate Governance, Profitabilitas Perusahaan, Corporate Governance Perception Index*

1. Pendahuluan

Tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) menjadi salah satu isu yang semakin populer di Indonesia. Banyak perusahaan telah menggunakan *Corporate Governance* sebagai rujukan dalam menjalankan perusahaannya. Dalam dunia global seperti sekarang ini, dimana tingkat persaingan yang semakin ketat mengharuskan perusahaan-perusahaan mengelola perusahaannya dengan profesional. Demikian pula investor dalam mencari alternatif untuk berinvestasi, selalu mencari perusahaan yang dikelola dengan profesional [1]. Banyaknya skandal yang telah terjadi diperusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak dikelola dengan profesional. Skandal tersebut terjadi banyak diakibatkan oleh tidak dipatuhinya atau tidak dilaksanakan prinsip-prinsip *corporate governance*.

Secara teoritis, pelaksanaan *Corporate Governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan meningkatkan kinerja keuangan mereka, mengurangi risiko yang mungkin dilakukan oleh dewan komisaris dengan keputusan-keputusan yang menguntungkan diri sendiri dan umumnya good corporate governance dapat meningkatkan kepercayaan investor [1]. IICG (*The Indonesian Institute For Corporate Governance*) adalah salah satu pihak yang mendorong terciptanya tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia. IICG didirikan 2 Juni 2000 atas inisiatif Masyarakat Transparansi Indonesia (MTI) dan tokoh masyarakat untuk memasyarakatkan konsep, praktik dan manfaat *Good Corporate Governance* (GCG) kepada dunia usaha khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. IICG merupakan salah satu peran dari masyarakat sipil untuk mendorong terciptanya dunia usaha Indonesia yang terpercaya, etis, dan bermartabat. Sebagai organisasi independen dan nirlaba, IICG berkomitmen mendorong praktik GCG atau tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia dan mendukung serta membantu perusahaan-perusahaan dalam menerapkan konsep tata kelola (*Corporate Governance*). Dengan tata kelola perusahaan yang baik, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan serta profitabilitas perusahaan.

Peningkatan kinerja perusahaan mutlak diperlukan sebagai salah satu dasar untuk menilai kualitas perusahaan. Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) prinsip dasar untuk mencapai keberhasilan dalam jangka panjang, pelaksanaan GCG perlu dilandasi oleh integritas yang tinggi. Perusahaan dituntut secara hukum untuk menerapkan prinsip GCG seperti yang ada dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang dikeluarkan oleh Bapepam [2] diantaranya: Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, Kewajaran dan Kesetaraan. Dijelaskan pada Pedoman Umum GCG Indonesia [3] khususnya prinsip responsibilitas, dimana pedoman tersebut dinyatakan bahwa perusahaan wajib mematuhi undang-undang dan melaksanakan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga tercipta satu *corporate citizenship*. GCG merupakan suatu hal yang penting untuk mewujudkan peningkatan kinerja perusahaan melalui monitoring kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap para pemegang saham [4]. Hendrati [5] menyebutkan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diprosikan oleh Direksi menunjukkan hasil berpengaruh signifikan, di mana semakintinggi ukuran direksi cenderung meningkatkan profitabilitas perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Anjani [6] menyatakan bahwa Ukuran Direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Selain itu, dalam menentukan keberhasilan implementasi GCG peranan dewan komisaris dan komisaris independen sangat penting [7].

Sehubungan dengan hal itu, Veno [8] menjelaskan dari hasil pengujian hipotesis, total Dewan Komisaris menunjukkan hasil tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Sementara itu, hasil penelitian Hendrati [5] menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Lain halnya dengan komite audit yang bertugas untuk

mengawasi jalannya perusahaan. Anjani [6] dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa komite Audit mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Dalam perusahaan tidak hanya kinerja keuangan saja yang berperan dalam meraih keuntungan akan tetapi *corporate social responsibility* juga berperan dalam perusahaan. Secara teoritis *corporate social responsibility* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Menurut Hadi [9], *Corporate social responsibility* merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal maupun eksternal, dengan konsep yang sangat luas dan tidak bersifat statis, dan merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholders*. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan membangun citra yang baik sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* juga dapat memoderasi hubungan antara kekuatan *stakeholders* dengan kinerja lingkungan perusahaan [10]. Namun Tang et al [11] menemukan bahwa strategi *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan perusahaan.

Alasan memilih perusahaan yang ikut dalam ajang *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) sebagai sampel karena *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) sudah dianggap komprehensif dan sudah mempertimbangkan semua faktor dalam penerapan *Corporate Governance* dalam perusahaan. Salah satu program IICG yang dilaksanakan sejak tahun 2001 hingga sekarang adalah *Corporate Governance Perception Index* (CGPI), yaitu program riset dan peneringkatan penerapan *good corporate governance* (GCG) pada perusahaan-perusahaan di Indonesia yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan konsep *corporate governance* (CG) dengan melaksanakan evaluasi dan benchmarking sebagai upaya perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*).

2. Landasan Teori

2.1 Keagenan

Teori keagenan menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika principal memperkerjakan agent untuk memberikan suatu jasa dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen [12]. Teori keagenan menjelaskan hubungan yang ada antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham selaku pemilik.

2.2 Teori Legitimasi

Legitimasi dianggap sebagai penyamaan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial [13]. Legitimasi bagi perusahaan cukup penting dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

2.3 Good Corporate Governance

Good corporate governance merupakan struktur dan proses (Peraturan, Sistem dan Prosedur) untuk memastikan Prinsip Tarif bermigrasi menjadi kultur, mengarahkan dan mengendalikan perusahaan untuk mewujudkan pertumbuhan berkelanjutan, meningkatkan nilai tambah dengan tetap memperhatikan keseimbangan kepentingan *stakeholders* yang sesuai dengan prinsip korporasi yang sehat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku [14]. *Corporate governance* merupakan aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditor pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajibannya, atau dengan kata lain suatu sistem

yang mengatur dan mengendalikan arah strategi dan kinerja suatu perusahaan [15]. Dengan demikian *good corporate governance* secara singkat dapat diartikan sebagai rangkaian proses terstruktur yang digunakan untuk mengelola serta mengarahkan atau memimpin bisnis dan usaha-usaha korporasi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai-nilai perusahaan serta kontinuitas usaha.

2.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas menurut termasuk di dalamnya adalah NPM, GPM, OPM, EPS, ROI dan ROE [16]. Rasio profitabilitas menurut terdiri dari *Gross Profit Margin (GPM)*, *Operation Profit Margin (OPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Total Assets Turnover*, *Rate of Return on Assets Ratio (ROA)* atau Rasio Tingkat Imbalan atas Aktiva, *Return on Equity (ROE)* atau Pengembalian atas Ekuitas, *Earning Per Share (EPS)* atau pendapatan per lembar saham biasa, *Deviden per Share* [17].

2.5 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan stakeholders, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham [18]. Tambahan lagi, *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum [19].

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang menjadi peserta *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* tahun 2016. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* adalah pemilihan anggota sampel berdasarkan kriteria sebagai berikut:

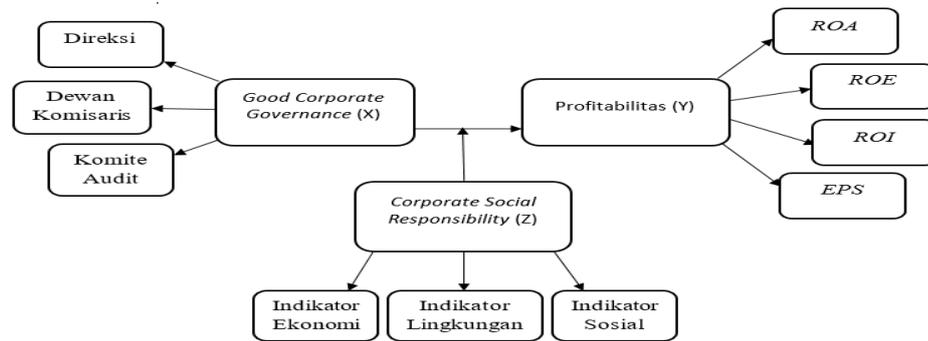
Tabel 1: Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Total
1.	Perusahaan peserta <i>Corporate Governance Perception Index (CGPI)</i>	34
2.	Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan dan data tentang <i>corporate governance</i> khususnya yang memuat informasi tentang ukuran dewan direksi, dewan komisaris dan komite audit. Selain itu juga mempublikasikan data keuangan yang lengkap pada tahun 2013-2017.	23
3.	Perusahaan yang mempublikasikan laporan keberlanjutan pada tahun 2013-2017	8
	Jumlah Sampel	8
	Periode penelitian	5
	Total sampel periode penelitian	40

Pada penelitian ini terdapat 34 populasi yaitu perusahaan peserta *CGPI*, namun hanya 8 perusahaan yang memenuhi kriteria dan dapat digunakan sebagai analisis. Dengan menggunakan data selama lima tahun terakhir, maka total sampel pada penelitian ini adalah 40.

3.2 Kerangka Penelitian, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan pentingnya peranan temuan dari penelitian terdahulu tentang pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas, maka penulis merumuskan kerangka penelitian seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

Pada Gambar 1 terlihat variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas perusahaan, yang diukur dengan menggunakan ROA, ROE, ROI dan EPS. Sedangkan variabel independennya adalah *Good Corporate Governance* yang diukur melalui ukuran dewan direksi, ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan komite. Dalam penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai variabel moderasi dengan menggunakan indikator ekonomi, indikator lingkungan dan indikator Sosial sebagai dimensi pengukuran.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode pustaka dan data dari objek penelitian. Metode studi pustaka yaitu melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai literatur pustaka seperti buku-buku, jurnal, majalah dan sumber-sumber lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Data mengenai profitabilitas yang diukur dengan rasio profitabilitas yaitu *ROA*, *ROE*, *ROI* dan *EPS* diperoleh dengan metode dokumentasi yaitu menghimpun data –data sekunder dengan mengamati laporan tahunan perusahaan pada bagian ikhtisar keuangan. Data mengenai *Good Corporate Governance* yang meliputi jumlah Direksi, jumlah Dewan Komisaris dan jumlah Komite Audit diperoleh dengan metode dokumentasi yaitu menghimpun data-data sekunder dengan mengamati laporan tahunan perusahaan yaitu pada bagian Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*). Sedangkan data mengenai *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari indikator ekonomi, indikator lingkungan dan indikator sosial diperoleh dengan metode dokumentasi yaitu menghimpun data-data sekunder dengan mengamati laporan keberlanjutan perusahaan.

3.4 Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* yang dikembangkan oleh Herman Wold sebagai teknik analisis data dengan *software SmartPLS* versi 3.0.M3.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskripsi statistik, maka berikut didalam tabel 2 akan ditampilkan karakteristik sampel yang digunakan didalam penelitian ini meliputi: rata-rata sampel (*mean*), median, nilai maksimum, nilai minimum serta standar deviasi (σ) untuk masing-masing variabel.

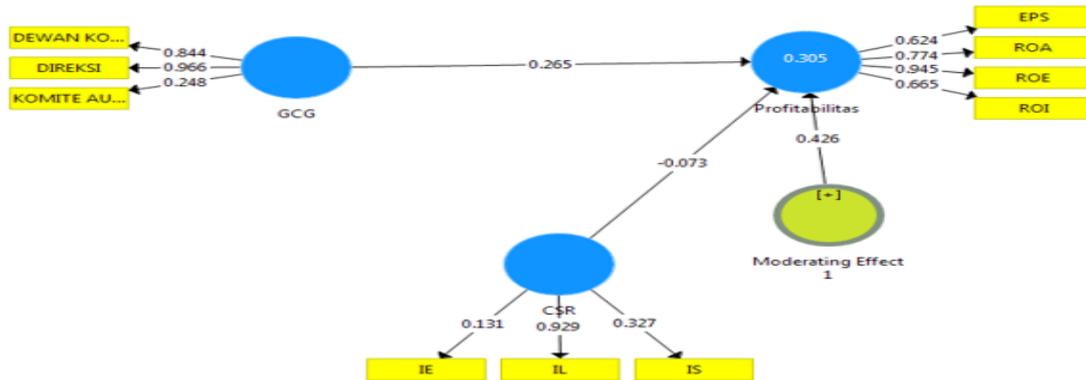
Tabel 2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Median	Min	Max	Standar Deviasi
ROA	4,765	3,570	-5,500	20,680	4,803
ROE	18,540	19,420	-9,490	34,110	10,042
ROI	5,967	3,860	-11,480	26,820	6,953
EPS	377,151	247,000	-120,000	1.071,510	360,374
Direksi	8,225	8,000	6,000	11,000	2,043
Dewan Komisaris	7,200	7,000	5,000	13,000	1,520
Komite Audit	5,200	5,000	3,000	8,000	1,288
IE	0,549	0,550	0,110	1,000	0,219

IL	0,259	0,200	0,000	0,970	0,230
IS	0,396	0,400	0,060	0,930	0,236

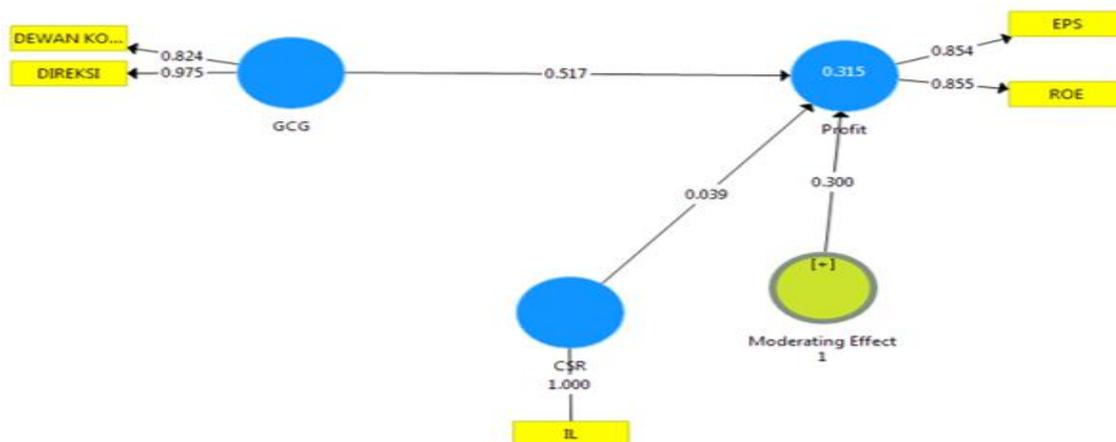
4.2 Menilai Outer Model atau Measurement Model

Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih besar dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun, untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,50. Indikator reflektif harus dieliminasi (dihilangkan dari model pengukuran) ketika nilai *loading* lebih kecil dari 0,5. Hasil nilai *loading* yang didapatkan dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2: Original Outer Model

Namun karena *loading factor* komite audit kurang dari 0.7, maka harus dieliminasi dari model. Indikator dari variabel CSR juga memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,5 yaitu Indikator Ekonomi dan Indikator Sosial, sehingga kedua indikator tersebut harus dieliminasi. indikator dari variable. Demikian juga dengan Profitabilitas, juga ada yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,5 yaitu ROA dan ROI, sehingga kedua indikator tersebut harus dieliminasi. Setelah eliminasi dilakukan, maka model akhir dari outer model adalah sebagai berikut:



Gambar 3: Outer Model setelah Eliminasi

Berdasarkan gambar 3 dapat diketahui bahwa lebih dari 80% dari varian Direksi dan Dewan Komisaris dapat dijelaskan oleh variabel laten GCG. Variabel laten Profitabilitas dapat menjelaskan varian dari indikator EPS dan ROE masing-masing lebih dari 80%. Sedangkan variabel CSR mampu menjelaskan indikatornya, yakni indikator lingkungan diatas 90%. Sehingga secara keseluruhan masing- masing variabel laten telah mampu menjelaskan varian dari setiap indikator-indikator yang mengukurnya diatas 50%. Berdasarkan penilaian outer model yang sudah dilakukan, didapatkan hasil bahwa dari beberapa komponen GCG yang digunakan dalam penelitian ini ternyata komponen yang paling berpengaruh terhadap

profitabilitas yaitu Direksi dan Dewan Komisaris. Serta indikator CSR yang menjadi fokus perusahaan pada penelitian ini yaitu indikator lingkungan. Sementara rasio profitabilitas yang sangat dipengaruhi atau menjadi fokus perusahaan dalam penelitian ini yaitu ROE dan EPS. Dengan demikian, dari hasil estimasi perhitungan dengan menggunakan PLS, dilakukan uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* di atas 0.70. Pada tabel 3 menyajikan nilai *Composite Reliability*.

Tabel 3. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
CSR	1.000
GCG	0.897
Profit	0.844
Moderating Effect	1.000

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* di atas 0,70 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

4.3 Menilai Inner Model atau Structural Model

Pengujian *inner model* dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Penelitian model PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Tabel 4 merupakan hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan *SmartPLS*.

Tabel 4: R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Profit	0.315	0.258

Sumber: Data diolah

Tabel 4 menunjukkan *R-square* konstruk Profitabilitas sebesar 0,315. Semakin tinggi nilai *R-square*, maka semakin besar kemampuan variabel independentersebut dapat menjelaskan variabel dependen sehingga semakin baik persamaan struktural. Variabel Profitabilitas memiliki nilai *R-square* 0,315 yang berarti 31,5% *variance Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* mampu dijelaskan oleh variabel Profitabilitas, sedangkan 68.5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diuji pada penelitian ini.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output path coefficient*. Signifikansi pengaruh antar variabel didapat dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik. Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian Tabel 5 memperlihatkan *output estimasi* untuk pengujian model struktural yang dilihat dari nilai *P-Value*.

Tabel 5. Value

Variabel	P-Value	Hasil
CSR-Profit	0.863	Ditolak
GCG-Profit	0.006	Diterima
Moderating Effect	0.156	Ditolak

Sumber: Data diolah

Tabel 5 menunjukkan bahwa pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Profitabilitas sebesar 0.039 dan tidak signifikan pada 0.05 ($0.173 < 1.96$) dan P-value $0.863 > 0.05$. Pengaruh GCG (*Good Corporate Governance*) terhadap Profitabilitas sebesar 0.517

dan signifikan pada 0.05 ($2.749 > 1.96$) dan P-value $0.006 < 0.05$. Pengaruh *Moderating* sebesar 0.300 dan tidak signifikan pada 0.05 ($1.422 < 1.96$) dan P-value $0.156 > 0$.

4.4.1 Pengaruh GCG terhadap Profitabilitas

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Hasil uji terhadap koefisien parameter antara *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 0.517 dengan nilai t- statistik sebesar 2.749 signifikan pada 0.05. Nilai t-statistik tersebut lebih besar dari 1.96, dan atau p-value sebesar 0.006 lebih kecil dari 0.05, dengan demikian hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* yang diukur dengan jumlah Direksi, dan jumlah Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diprosikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Pada hasil penelitian ini terlihat bahwa hanya Direksi dan Dewan Direksi yang mempengaruhi profitabilitas. Serta rasio profitabilitas yang sangat dipengaruhi yaitu *EPS* dan *ROE*. Hasil ini didapatkan setelah dilakukannya penilaian *Outer Model*, sehingga indikator yang memiliki nilai *Loading* kecil dari 0.5 harus dieliminasi. Pembuktian ini berhasil membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya Profitabilitas.

Hal ini berkaitan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika *principal* memperkerjakan *agent* untuk memberikan suatu jasa dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen [12]. Teori keagenan menjelaskan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham selaku pemilik. Berkaitan dengan masalah keagenan, *Good Corporate Governance* berfungsi sebagai alat untuk meyakinkan investor bahwa mereka akan menerima return dari investasi yang mereka tanamkan di perusahaan. *Good Corporate Governance* berkaitan dengan bagaimana investor yakin bahwa manajer dapat menguntungkan mereka, manajer tidak akan menggelapkan dana atau berbuat curang terhadap laporan keuangan, dan bagaimana investor mengontrol para manajer [20]. Kepemilikan oleh pihak institusi akan meningkatkan pengawasan terhadap entitas bisnis tersebut. Karena pihak institusi memiliki kepentingan besar terhadap investasinya. Dengan demikian maka akan terjadi peningkatan atas pengendalian terhadap kebijakan-kebijakan manajemen yang nantinya meningkatkan kinerja perusahaan. Direksi dan Dewan Komisaris berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas [21], dan Direksi dan Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Profitabilitas [5]. Tetapi, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh [6] yang membuktikan bahwa Direksi dan Dewan Komisaris tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

4.4.2 Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Hasil uji terhadap koefisien parameter antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 0.039 dengan nilai t- statistik sebesar 0.173 signifikan pada 0.05. Nilai t-statistik tersebut lebih kecil dari 1.96, dan atau p-value sebesar 0.863 lebih besar dari 0.05, dengan demikian hipotesis kedua (H2) tidak dapat diterima atau ditolak.

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diprosikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Setelah dilakukan penilaian *Outer Model* dan dilakukan eliminasi terhadap indikator yang memiliki nilai *loading* kecil dari 0.5, didapatkan hasil bahwa perusahaan yang menjadi objek penelitian ini melakukan kegiatan CSR hanya berfokus pada indikator lingkungan saja sehingga pembuktian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya Profitabilitas. Hasil penelitian ini konsisten dengan [22] yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Tetapi, hasil penelitian

ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan [23] yang membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas.

4.4.3 Corporate Social Responsibility merupakan variabel moderating pada pengaruh Good Corporate Governance terhadap profitabilitas

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderating antara *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas. Hasil uji terhadap koefisien parameter *Moderating Effect* menunjukkan adanya pengaruh positif sebesar 0.300 dengan nilai t- statistik sebesar 1.422 signifikan pada 0.05. Nilai t-statistik tersebut lebih kecil dari 1.96, dan atau p-value sebesar 0.156 lebih besar dari 0.05, dengan demikian hipotesis ketiga (H3) tidak dapat diterima atau ditolak.

Hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* bukan variabel moderating antara pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Pembuktian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderating antara *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [10] dimana *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi hubungan antara kekuatan stakeholders dengan kinerja lingkungan perusahaan [10]. Namun tidak mendukung hasil penelitian [11] menemukan bahwa strategi *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data, diperoleh beberapa kesimpulan antara lain bahwa *Good Corporate Governance* yang diukur dengan jumlah Direksi, dan Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Pada hasil penelitian ini terlihat bahwa hanya Direksi dan Dewan Direksi yang mempengaruhi profitabilitas. Serta rasio profitabilitas yang sangat dipengaruhi yaitu *EPS* dan *ROE*. Hasil ini didapatkan setelah dilakukannya penilaian *Outer Model*, sehingga indikator yang memiliki nilai *Loading* kecil dari 0.5 harus dieliminasi. Pembuktian ini berhasil membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya Profitabilitas.

Hasil pengujian hipotesis kedua membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Setelah dilakukan penilaian *Outer Model* dan dilakukan eliminasi terhadap indikator yang memiliki nilai loading kecil dari 0.5, didapatkan hasil bahwa perusahaan yang menjadi objek penelitian ini melakukan kegiatan *CSR* hanya berfokus pada indikator lingkungan saja sehingga pembuktian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya Profitabilitas.

Di sisi lain, hasil pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* bukan variabel moderating antara pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas yang diproksikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Return On Equity (ROE)* pada periode 2013-2017. Pembuktian ini tidak berhasil membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderating antara *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas.

Daftar Pustaka

- [1] Nasrum, M. 2014. *Corporate Governance*. Sulawesi : STIM YAPIM Maros.
- [2] Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan. 2010. Kajian tentang Pedoman GCG Di Negara-Negara Anggota ACMF.

- [3] Ramdhaningsih, A dan I Made K.U. 2013. Pengaruh Indikator Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 3 (3), 65-82.
- [4] Nugroho, R. 2014. *Public Policy*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [5] Hendrati, Tyahya W., et al .2018. Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 3, (1), 37 – 52.
- [6] Anjani, L.P.A. dan I P.Y. 2017. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (11), 911-5940.
- [7] Effendi, M. A. 2009. *The Power Of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Veno, A. 2015. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Go Public (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bei 2011 Sampai 2013). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19 (1), 95-112.
- [9] Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [10] Tang, Z. and Tang J. 2012. Stakeholder-firm power Difference, Stakeholders' CSR Orientation, and SMEs' Environmental Performance in China. *Journal of Business Venturing*, 27 (4), 436-455.
- [11] Tang Z., Hull, C. E. And Rothenberg, S. 2012. How Corporate Social Responsibility Engagement Strategy Moderates the CSR–Financial Performance Relationship. *Journal of Management Studies*. 49 (7).
- [12] Jensen, Michael C Ana Meckling, and William H.1976." Theory of the Finn: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics, Vol 3 No 4, October, pp 305-360*.
- [13] Suchman, Mark C. 1995. "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches." *The Academy of Management Review Vol. 20 No. 3. pp. 571-610*.
- [14] Daniri, Mas Achmad. 2014. *Lead By GCG*. Jakarta : Gagah Bisnis Indonesia.
- [15] Nugroho, Riant. 2014. *Public Policy*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [16] Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [17] Syamsuddin, Lukman. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [18] Resturiyani, Novi. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Skripsi.Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.
- [19] Darwin, Ali. 2004. *Corporate Social Responsibility (CSR), Standards & Reporting*. Seminar Nasional Universitas Katolik Soegijapranata.
- [20] Shleifer, Andrei and Robert W Vishny, 1997. "Legal Determinan of External Finance". *The Journal of Finance Vol LII No 3*.
- [21] Heriyanto, Sherly dan Imam Mas'ud. 2016. "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)". *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- [22] Rahayu, Puji Mesti. 2014. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Yang Diukur Dengan Return On Equity (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Listing Di BEI Dan Peserta Indonesia Sustainability Report [ISRA])". *Jurnal Proceedings SNEB*.
- [23] Rosdwianti, Mega Karunia, dkk. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 38 No.2*.