

**ANALISIS GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN SIZE
TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY YANG
BERDAMPAK PADA NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

Arini Sulistiyowati dan Sri Harjanto

(STIE Dharmaputra Semarang)

ABSTRACT

The study has the objective to analyze the Effects of good corporate governance (GCG) and Size of the Company's, corporate social responsibility (CSR) that impact on the Corporate Values and Profitability as moderating variable. Collecting data in this thesis using secondary data of companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Sample data in this study of 30 companies that were taken by the purposive method, the method of observation in 2012 -2014. The data analysis method used multiple regression. Hypothesis testing results show that the Good Corporate Governance (GCG) significant positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR), Size of the Company's significant positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG) significant positive effect on Corporate Values, Corporate Social Responsibility (CSR) significant positive effect on the Corporate Values and Size of the Company's significant effect on the Corporate Values. While Profitability does not moderate the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Company Values

Keywords: *Good Corporate Governance, Company Size, Corporate Social Responsibility, Corporate Value and Profitability*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Size Perusahaan* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang berdampak pada Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas* sebagai variabel moderating. Data dalam tesis ini menggunakan data sekunder perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek. Sampel data dalam penelitian ini sebanyak 30 perusahaan yang diambil dengan dengan metode purposif, dengan metode amatan tahun 2012 – 2014. Sedangkan metode analisa data yang digunakan regresi berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, Size berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, GCG berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan Size berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : *Good Corporate Governance, Size Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas*

A. Pendahuluan

Isu *Corporate Governance* semakin berkembang ketika beberapa peristiwa ekonomi penting terjadi. Krisis Keuangan Asia pada tahun 1997, dilanjut dengan kejatuhan perusahaan besar seperti Enron dan Worldcom tahun 2002, krisis Subprime Mortgage di Amerika Serikat pada tahun 2008. Peristiwa-peristiwa

tersebut menyadarkan dunia akan pentingnya penerapan *good corporate governance*. Di Indonesia, isu mengenai *good corporate governance* mengemuka setelah Indonesia mengalami krisis yang berkepanjangan sejak tahun 1998. *Corporate governance* yang lemah menjadi salah satu penyebab terjadinya peristiwa-peristiwa penting tersebut. Ciri

utama dari lemahnya *corporate governance* adalah adanya tindakan mementingkan diri sendiri di pihak manajer perusahaan (Darmawati dkk, 2004).

Sistem *corporate governance* yang baik akan memberikan perlindungan efektif kepada para pemegang saham dan kreditor untuk memperoleh kembali atas investasi dengan wajar, tepat dan seefisien mungkin, serta memastikan bahwa manajemen bertindak sebaik yang dapat dilakukannya untuk kepentingan perusahaan (Bukhori, 2012).

Kasus PT. Lapindo Brantas dan kasus PT. Freeport di Papua adalah contoh yang bisa dijadikan acuan bagi perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kelangsungan usahanya dengan lebih memperhatikan faktor-faktor yang lebih luas di luar faktor ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya harus memperhatikan *stockholders* dan *bondholders*, melainkan juga kepada *stakeholder*. *Stakeholder* menuntut perusahaan untuk melakukan suatu tindakan yang berwujud pertanggungjawaban akan dampak yang ditimbulkan dari usahanya, dan upaya-upaya perusahaan dalam mengatasi dampak-dampak tersebut. Hal ini dapat terwujud dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan pengaruh positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* antara lain dilakukan oleh Monika dan Dwi (2008) dan Rahmawati dan Indah (2010). Tetapi hasil penelitian Achmad (2007), Arief dan Kurnia (2008) tidak berhasil menunjukan hubungan positif antar kedua variabel tersebut.

Rustiarini (2010) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Pelaksanaan *corporate social responsibility* akan meningkatkan laba

perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (Earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahudin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik *corporate social responsibility* yang baik diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh para investor.

Kusumadilaga (2010) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* dimana hasil penelitiannya menunjukkan variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel profitabilitas sebagai variabel *moderating* tidak dapat mempengaruhi hubungan *corporate social responsibility* dan Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian Agustin (2014) menunjukkan interaksi antara *corporate social responsibility* dan *return on asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan hubungan yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas (ROA) sebagai variabel *moderating* dapat meningkatkan nilai perusahaan saat pengungkapan *corporate social responsibility* meningkat.

Putri, Kamaliah dan Rheny (2013) *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat *profitabilitas* perusahaan tinggi dan sebaliknya *corporate social responsibility* dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat *profitabilitas* perusahaan rendah. Hasil penelitian-penelitian terdahulu menandakan adanya *research gap*. Tidak konsistennya temuan penelitian disebabkan adanya variabel kondisional yang menginteraksi pengaruh antar variabel penelitian (Amalia, 2007).

B. Tinjauan Pustaka dan Penyusunan Hipotesis

1. Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan kontrak antar prinsipal atau pemilik dengan agen atau manajemen dalam kaitannya dengan pendelegasian wewenang pengelolaan perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Masalah agensi timbul karena adanya konflik kepentingan antara pemilik dan manajer, karena tidak bertemunya kepentingan yang maksimal antara mereka. Sebagai *agent*, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*), namun disisi yang lain manajer juga mempunyai kepentingan memaksimalkan kesejahteraan mereka. Sehingga ada kemungkinan besar *agent* tidak selalu bertindak demi kepentingan terbaik *principal* (Jensen dan Meckling, 1976).

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Akan tetapi informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi (*information asymmetric*). Asimetri informasi terjadi karena manajer lebih superior dalam menguasai informasi dibanding pihak lain (pemilik atau pemegang saham). Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik

(*principal*) memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunistis, yaitu memperoleh keuntungan pribadi. Dalam hal pelaporan keuangan, manajer dapat melakukan manajemen laba (*earnings management*) untuk menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Watts (2003), menyatakan bahwa salah satu cara yang di gunakan untuk memonitor masalah kontrak dan membatasi perilaku *opportunistic* manajemen adalah *corporate governance*. Dengan menerapkan *corporate governance* diharapkan dapat mengurangi dorongan untuk melakukan tindakan manipulasi oleh manajer. Sehingga kinerja yang dilaporkan merefleksikan keadaan ekonomi yang sebenarnya dari perusahaan bersangkutan (Jensen, 1993).

2. Pengaruh GCG Terhadap Pengungkapan CSR.

Akhmad (2009) mengungkapkan bahwa GCG cukup berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan. Komisaris independen mempunyai akuntabilitas yang tinggi didalam melakukan pengawasan, semakin baik pengawasan sebuah perusahaan semakin baik kualitas pengungkapan informasi yang disampaikan. Dengan adanya GCG pengawasan independent dari Dewan Komisaris maka perusahaan lebih termotivasi untuk melakukan kewajiban CSR. Dengan demikian pelaporan CSR akan lebih banyak dilakukan oleh perusahaan dengan GCG yang baik. Dengan demikian, maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

H1: GCG berpengaruh positif terhadap CSR

3. Pengaruh Size Perusahaan Terhadap CSR.

Sembiring (2005) dan Akhmad (2009) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif signifikan dengan pengungkapan CSR. Hal ini berarti semakin besar perusahaan maka pengungkapan CSR yang dibuat juga cenderung semakin luas. Hal ini sesuai dengan teori agency dimana manajemen sebagai agen akan menyelenggarakan operasi perusahaan seperti yang diinginkan principal yang telah berkembang ke seluruh interest group termasuk karyawan dan masyarakat. Selain itu perusahaan besar mempunyai tekanan secara politis dan menjadi sorotan masyarakat luas untuk melakukan pengungkapan CSR lebih besar (Hasibuan, 2001). Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Size perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR

4. Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan.

Rustiarini (2010) menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor bersedia memberikan premium lebih kepada perusahaan yang memberikan transparansi atas pelaksanaan GCG dalam laporan tahunan mereka. Semakin tinggi tingkat transparansi perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingginya harga saham perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian Klapper, Leora dan Love (2002). Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

5. Pengaruh Size Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Perusahaan besar dapat memiliki masalah keagenan yang lebih besar

(karena lebih sulit untuk dimonitor) sehingga membutuhkan GCG yang lebih baik. Di sisi lain, perusahaan kecil bisa memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi, sehingga membutuhkan dana eksternal, dan seperti argumen di atas, membutuhkan mekanisme GCG yang baik (Diah, 2008). Sesuai teori agensi, di mana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan pengaruh positif ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan total aset untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : size Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

6. Pengaruh Corporate Sosial Respondibility terhadap Nilai Perusahaan.

Putri, dkk (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Gusti, dkk (2013) dan Yeni, dkk (2014) Hubungan positif mencerminkan bahwa jika CSR meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat pula. Hal ini dapat terjadi pengungkapan CSR yang lebih kuat menarik para stakeholder, sehingga nilai perusahaan meningkat. Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

7. Profitabilitas Memoderasi Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengungkapan CSR yang lebih luas akan menarik stakeholder, sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Sedangkan pada pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan sudah konsisten hasilnya, seperti penelitian Putri, dkk (2013), Gusti, dkk (2013) dan Yeni, dkk (2014). Namun pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan, masih sedikit dan belum konsisten hasilnya. Ni Luh, dkk (2014) mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, namun Gusti, dkk (2013) mengungkapkan bahwa profitabilitas memoderasi nilai perusahaan. Dalam

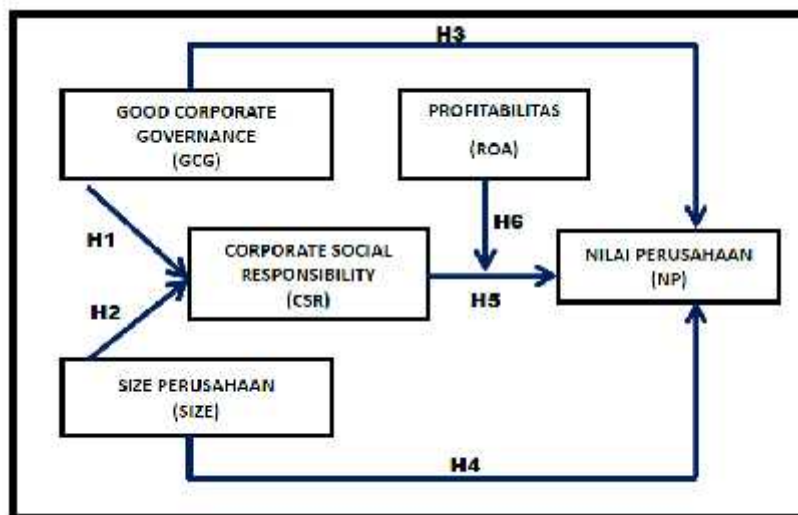
hubungan logis, perusahaan yang profitabilitasnya tinggi akan lebih mempunyai kemampuan untuk melakukan CSR dan sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

8. Kerangka Pikir Penelitian

Atas dasar fenomena dan hipotesis yang disusun, penelitian ini secara garis besar akan mengetahui pengaruh GCG dan size perusahaan terhadap CSR yang berdampak nilai perusahaan meningkat dengan moderasi profitabilitas seperti digambarkan pada kerangka pikir berikut.

Gambar 1: Kerangka Pikir Penelitian



C. Metode Penelitian.

1. Data dan Metode Pengumpulannya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder yang diambil dari publikasi Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id dan bahan cetak resmi. Adapun jenis data yang diolah tergolong data kuantitatif (dalam bentuk angka) yang bersifat rasio. Adapun mengumpulkan data menggunakan metode pustaka, yaitu dengan membaca dari sumber sumber resmi, baik secara on line maupun bahan cetak (hard copy) atau dalam bentuk dokumen publikasi.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 sampai tahun 2014 sebanyak 525. Sampel ditentukan secara *purposive*, dengan kriteria:

- Perusahaan digolongkan *industry high profile* dan *low profile* yang terdaftar di BEI Tahun 2012 sampai dengan 2014.
- Laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI sudah di audit.
- Mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan yang sesuai dengan Global Reporting Initiative.

- d. Menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangan.
- e. Menyajikan data-data laporan keuangan yang lengkap, akurat dan relevan.

Atas dasar tehnik sampling tersebut terdapat 30 perusahaan yang menjadi sampelnya dengan periode amatan mulai tahun 2012 sampai dengan 2014, sehingga terdapat 90 amatan (n).

3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalnya

Model penelitian yang digambarkan seperti pada kerangka pikir penelitian menghubungkan variabel independen (bebas) dan dependen. Variabel independen pada penelitian ini meliputi GCG dan Size Perusahaan, sedangkan

Tabel 2: Definisi dan Pengukuran GCG

No	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
1	Kepemilikan Institusional Jumlah presentase hak suara yang dimiliki oleh institusi (Beiner et al 2003, dalam Bangun dan Vincent)	Presentase jumlah saham yang dimiliki oleh institusi dari seluruh modal saham yang beredar
2	Kepemilikan Manajerial adalah jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola (Gideon, 2005 dalam Bangun dan Vincent)	Presentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar
3	Proporsi dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan	Presentase anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dari seluruh ukuran anggota dewan komisaris perusahaan.

b. Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan merupakan besarnya perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total asset (Waryanto,2010).

c. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility diberi nilai satu jika diungkapkan dan nilai nol bila tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap

variabel mediasinya CSR, variabel moderasinya profitabilitas dan variabel dependennya nilai perusahaan.

a. Good Corporate Governance

Good corporate governance merupakan seperangkat peraturan dalam rangka pengendalian perusahaan untuk menghasilkan *value added* bagi para stakeholders, karena akan terbentuk pola kerja manajemen yang transparan, bersih dan profesional (Efendi, 2009). Dalam mengukur pelaksanaan *Good Corporate Governance* diproksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan proporsi dewan komisaris independen, Pengukuran *Good Corporate Governance* dilakukan selama 3 tahun, tahun 2012 sampai tahun 2014.

perusahaan. Dalam menentukan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* digunakan teknik tabulasi berdasarkan daftar atau check list *Corporate Social Responsibility*. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* dilakukan tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Rumus perhitungan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengacu pada Sayekti (2007)

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j: Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

n_j: jumlah item untuk perusahaan j, nj 78

X_{ij}: dummy variable: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Dengan demikian, 0 CSRI, 1

d. Nilai Perusahaan

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut (Purwaningtyas, 2011):

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan:

Q : nilai perusahaan

EMV : Nilai pasar equitas (EMV = closing price di akhir tahun buku x jumlah saham yang beredar)

EBV : Nilai buku dari total aktiva

D : Nilai buku dari total hutang

e. Profitabilitas

Dalam penelitian ini, indikator profitabilitas yang digunakan adalah *return on asset* (ROA), merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Menurut Indah, dkk. (2010) untuk mengukur profitabilitas digunakan berupa

rumus sebagai berikut: ROA = laba bersih : total aset

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan regresi linier berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$1. CSR = a_1 + b_1 GCG + b_2 Size + e_1$$

$$2. NP = a_2 + b_3 GCG + b_4 Size + b_5 CSR + b_6 ROA + b_7 (CSR * ROA) + e_2$$

Dimana:

GCG : Good Corporate Governance

SIZE : Ukuran Perusahaan.

CSR : Corporate Social Responsibility.

ROA : Profitabilitas.

(CSR*ROA) : Moderasi profitabilitas terhadap CSR.

NP : Nilai Perusahaan.

a : Konstanta.

b : Koefisien regresi model.

e : error term model (variabel residual).

D. Hasil dan Pembahasan.

1. Uji Kelayakan Model.

Uji kelayakan model regresi linier berganda yang digunakan adalah uji F, dengan hasil regresi persamaan 1 dan 2 adalah fit yang ditunjukkan dengan nilai *sif* pada F sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga signifikan, artinya variabel bebas yang dimodelkan dapat menjelaskan variabel dependen

Tabel 2: Anova Persamaan 1

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.946	2	1.923	24.900	.000*
	Residual	6.719	87	.077		
	Total	10.565	89			

a. Predictors: (Constant), Size Perusahaan, Good Corporate Governance

b. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Tabel 3: Anova Persamaan 2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.403	4	18.601	20.195	.000 ^a
	Residual	8098.953	85	95.282		
	Total	8173.356	89			

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Return on Asset, Size Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 0,349 pada persamaan 1 dan 0,038 pada persamaan 2. Hal tersebut mengandung arti bahwa size dan GCG dapat menjelaskan 34,9% CSR, selebihnya 65,1% dijelaskan variabel lain. Size, GCG, CSR dan ROA dapat menjelaskan 3,8% nilai perusahaan, sedangkan selebihnya 96,2% dijelaskan variabel lain.

2. Hasil Uji Hiptesis dan Pembahasan

Tabel 4 menunjukkan bahwa bahwa koefisien GCG bertanda positif dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, artinya GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CSR, dengan demikian hipotesis 1 diterima. Hal ini dapat dijelaskan bahwa penyelenggaraan perusahaan yang dilaksanakan dengan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Organization) mensyaratkan adanya keterbukaan kepada para pemegang kepentingan (stakeholders), serta baiknya kinerja perusahaan, baik dari segi efisiensi maupun efektifitas kerja. Pemegang kepentingan ini bukan saja pemegang mayoritas saham (jika perusahaan tersebut terbuka) dan jajaran direksinya, akan tetapi juga masyarakat luas serta pemerintah juga bagian dari pemegang kepentingan. Pemerintah sebagai regulator berhak mengetahui kinerja berbagai usaha yang ada untuk memastikan bahwa proses kegiatannya dari suatu perusahaan tidak melanggar peraturan perundang-undangan, dan mekanisme kerja perusahaan tidak merugikan berbagai pihak.

Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian Desy dan Yane (2013) yang

menunjukkan bahwa Dewan Komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil yang serupa juga diperoleh Amalia (2013) bahwa Kepemilikan Manajerial, kepemilikan institusional dan profitabilitas berpengaruh signifikan pada pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Komposisi dewan komisaris independen merupakan mekanisme Good Corporate Governance (GCG) yang diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian komposisi dewan komisaris independen akan berdampak pada meningkatnya kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tabel 4 juga menunjukkan koefisien regresi size perusahaan bertanda positif dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, artinya ada pengaruh positif signifikan size terhadap CSR, dengan demikian hipotesis 2 diterima. Size (Ukuran) perusahaan cenderung memiliki kontribusi terhadap besaran kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di masyarakat. Dari penelitian yang ada, perusahaan kategori high profile yang dicirikan memiliki resiko usaha yang lebih tinggi, salah satu diantaranya karena adanya eksplorasi atas sumber daya alam, dibandingkan dengan low profile, memiliki rata-rata nilai perusahaan yang lebih rendah. Perusahaan kategori high profile memiliki rata-rata nilai indeks CSR lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kategori low profile. Hal ini dapat dipahami, karena perusahaan kategori high profile kegiatan usahanya

banyak bersentuhan langsung dengan kegiatan eksplorasi alam (tambang, perkebunan), dan bersentuhan langsung dengan masyarakat sekitar. Potensi adanya konflik (misal. Pertanahan) akan lebih tinggi, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih memiliki tingkat kepedulian atas social masyarakat juga lebih tinggi, konsekuensinya, kegiatan CSR juga akan lebih bervariasi.

Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya untuk mendapatkan legitimasi dari stakeholders. Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan besar yang melakukan lebih banyak aktivitas yang memberikan dampak yang

lebih besar terhadap masyarakat, kemungkinan mempunyai lebih banyak pemegang saham yang boleh jadi terkait dengan program sosial perusahaan, dan laporan tahunan akan dijadikan sebagai alat yang efisien untuk menyebarkan informasi ini. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Desy (2013) yang melaporkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan arah positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan demikian, perusahaan di Indonesia yang menjadi sampel dalam penelitian ini menyadari bagaimana kedudukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.

Tabel 4: Hasil Regresi Persamaan 1

		Model		
		1		
		(Constant)	Good Corporate Governance	Size Perusahaan
Unstandardized Coefficients	B	-1,866	,016	,086
	Std. Error	,307	,031	,012
Standardized Coefficients			,512	,628
Beta				
t		-5,540	6,331	7,015
Sig.		,000	,000	,000
Collinearity Statistics	Tolerance		,913	,913
	VIF		1,095	1,095

a. Dependent Variable: Corporate Social Responsibility

Tabel 5: Hasil Regresi Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31,057	44,888		,652	,493		
Good Corporate Governance	4,665	11,680	,075	2,395	,009	,776	1,290
Size Perusahaan	,731	1,659	,115	2,440	,007	,407	2,458
Return on Asset	,087	23,579	,001	2,004	,010	,865	1,172
Corporate Social Responsibility	2,465	11,256	,054	2,219	,008	,448	2,226
CSR = 70%	21,603	32,221	,130	2,671	,007	,858	1,195

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Tabel 5 menunjukkan bahwa koefisien regresi GCG bertanda positif dengan nilai sig sebesar $0,009 < 0,05$, artinya GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis 3 diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan

hasil penelitian yang dilakukan Yeni, Ananta dan Gede (2014) yang melaporkan adanya pengaruh positif dan signifikan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan. Hasil yang serupa juga terdapat pada penelitian Reny (2013) yang menyatakan bahwa *Good*

Corporate Governance (GCG) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 5 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi size bertanda positif dengan nilai sig sebesar $0,007 < 0,05$, artinya size pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis 4 diterima. Hal ini bisa digambarkan salah satu faktornya tingkat kembalian dan resiko perusahaan. Perusahaan kategori low profile memiliki rata-rata tingkat EPS lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kategori high profile. Serta resiko kerja berkaitan dengan eksplorasi sumber daya alam, kecenderungan memiliki tingkat resiko yang lebih tinggi, sehingga sedikit menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Linda (2010) yang menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 5 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi CSR bertanda positif dengan nilai sig sebesar $0,008 < 0,05$, artinya CSR pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis 5 diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh, Ananta dan Nyoman (2014) yang melaporkan bahwa Pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Gusti, Gede dan Maria (2013), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga diungkapkan pada penelitian Putri, Kamaliah dan Rheny (2013) bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan.

Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk pengejawantahan pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik. Kegiatan

CSR dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, karena bagaimanapun juga masyarakat memiliki andil atas tumbuh dan besarnya perusahaan. Selain untuk lebih dekat kepada masyarakat, CSR juga dapat menjadi sarana untuk lebih mendekatkan dengan para konsumen. Masyarakat, terutama konsumen merasa akan adanya emotional engagement dengan perusahaan, ketika perusahaan melakukan kegiatan-kegiatan social kemasyarakatan. Dampak dari kegiatan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki skala CSR yang cukup besar, dengan berbagai macam kegiatan social kemasyarakatan, dipandang memiliki kinerja operasi yang baik, dan public memiliki pandangan yang positif terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Tabel 5 juga menunjukkan koefisien regresi CSR*ROA bertanda positif dengan nilai sig sebesar $0,507 > 0,05$, artinya ROA bukan sebagai variabel moderasi, dengan demikian hipotesis 6 ditolak. Namun secara langsung ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi ROA bertanda positif dengan nilai sig $0,010 < 0,05$. Profitabilitas dalam hal ini diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) mempunyai pengaruh penting dalam peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ni Luh, Ananta dan Nyoman (2014) yang mengungkapkan bahwa Profitabilitas tidak mempengaruhi hubungan antara pertanggungjawaban sosial perusahaan dengan nilai perusahaan. Putri, Kamaliah dan Rheny (2013), mengungkapkan bahwa Return of Aset dan leverage tidak moderasi dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

E. Simpulan

Dari hasil analisa dan pembahasan pada bab IV sebelumnya dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CSR diterima.

2. Size perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.
3. GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.
4. Size perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. CSR berpengaruh positif signifikan antara terhadap nilai perusahaan.
6. ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
7. Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

F. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Keterbatasan penelitian ini ditunjukkan dengan hasil determinasi yang relatif kecil, yaitu sebesar 0,349 pada persamaan 1 dan 0,038 pada persamaan 2. Hal tersebut mengandung arti bahwa size dan GCG dapat menjelaskan 34,9% CSR, selebihnya 65,1% dijelaskan variabel lain. Size, GCG, CSR dan ROA dapat menjelaskan 3,8% nilai perusahaan, sedangkan selebihnya 96,2% dijelaskan variabel lain. Oleh karena itu pada penelitian mendatang agar menambah variabel selain yang digunakan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zaenuddin, 2007, Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik, *Tesis*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Agustin Takarini, 2014, Pengaruh Intelektual Capital, Kualitas Penerapan Good Corporate Governance dan Struktur Modal terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Periode 2010 – 2012, *Skripsi*, Jakarta: FSH. UIN Syarif Hidayatullah
- Akhmad Nurkhin, 2009, Corporate Governance Dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang tercatat Di Bursa Efek Indonesia), *Tesis*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Amalia Ramdhaningsih I Made Karya Utama, 2007, Pengaruh Indikator Good Corporate Governance dan Profitabilitas pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *e Jurnal Akuntansi*, Unud, Vol. 3, No 2, Mei
- Arif Rahman dan Kurnia Widya Sari, 2008, The Analysis Of Company Characteristic Influence Toward Csr Disclosure : Empirical Evidence Of Manufacturing Companies Listed In Jsx, *JAAI*, Volume 12, No.1, Juni.
- Bangun dan Vincent (2008), Nurainun dan Vincent. 2008. "Analisis Hubungan Komponen Good Corporate Governance terhadap Manajemen Laba dengan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia" *Jurnal Akuntansi XII* no 3.
- Bukhori Iqbal, 2012, Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Company Characteristic On Disclosure Of Social Responsibility In Mining Corporate Sector Listed In Indonesia Stock Exchange, *Jurnal Akuntansi Keuangan*, Vol.12 No.1.2010.
- Darmawati, D. et al., 2004, Hubungan Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi VII*, Denpasar
- Desy Yane (2013) *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*.
- Diah Kusuma Wardani, 2008, Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia,

- Effendi, Arif, M. 2009. *The Power of Good Corporate Governance*, Salemba empat
- Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari (2013) *Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013).
- Hasibuan, M.R. 2001, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES, *Tesis*, Semarang: S2 Magister Akuntansi Undip.
- Indah Sulistiyowati, Ratna Anggraini, dan Tri Hastuti Utamingtyas. (2010). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Growth terhadap Kebijakan Dividen dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Intervening". *Simposium Nasional Akuntansi XIII AKMEN-35*.
- Januarti, Indira dan Apriyanti. (2005) *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap kinerja Keuangan*. Jurnal MAKSI Vol 5, no.2
- Jensen, M.C, 1993, The Modern Industrial revolution, Exit, and the Failure of Internal Control System, *Journal of Finance*, Vol. 48. July, hal.831-880
- Jensen Michael C. dan W.H. Meckling, 1976, Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure, *Journal of Financial Economics*, 3. hal. 305-360.
- Kusumadilaga Rimba, 2010, Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia), *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi, UNDIP.
- Linda Fitriani (2010), *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Surabaya.
- Monika Elsa R dan Dwi Hartanti, 2008, Analisis Hubungan Value Based Management dengan Corporate Social Responsibility dalam Iklim Bisnis Indonesia (Studi Kasus Perusahaan SWA 100 2006), *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Universitas Tanjung Pura Pontianak
- Ni Luh Putu Arin Astiari, Ananta Wikrama Tungga Atmadja dan Nyoman Ari Surya Darmawan (2014) "Pengaruh pertanggung jawaban sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating" e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Volume 2 No: 1 Tahun 2014).
- Nurlaela dan Islahudin, 2008, Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating, *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Purwaningtyas, F. P (2011) " Analisis Pengaruh Mekanisme GCG terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI tahun (2007 –2010) Universitas Diponegoro Semarang
- Putri Yuliana Mandasari, Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif, 2013, The influence of corporate social responsibility to firm value with profitability and leverage as a moderating variable, *Jurnal Ekonomi*, Volume 21, Nomor 4, Desember.
- Rahmawati dan Indah Dewi Utami, 2010, Pengaruh Ukuran Perusahaan,

- Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi Manajemen*, Vol 21, No 3 Desember, STIE YKPN
- Reny Dyah Retno M. Denies Priantinah M.Si., Ak. (2013) “*Pengaruh Good Corporate Governance dan pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan*”.*Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012.*
- Rustiarini, 2010, Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi, XIII Purwokerto 2010.*
- Sayekti, Yosefa, dkk. 2007. “*Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*”, *Simposium Nasional Akuntansi X, Universitas Hasanudin, Makasar*
- Sembiring Eddy Rismanda, 2003, Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi VI, Surabaya, 16 –17 Oktober.*
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta.* SNA VIII Solo, 15-16 September 2005.
- Waryanto. (2010). *Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia.* Skripsi Universitas Diponegoro.
- Yeni Paramita Setianingsih, Ananta Wikrama Tungga Atmaja, Gede Adi Yuniarta (2014) “*Pengaruh Good Corporate Governance dan pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan*” e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi SI (Volume: 2 No:1 Tahun 2014).
- Watts Ross L, 2003, Conservatism in Accounting Part I: Explanations and Implications, *Accounting Horizon*, Vol. 17: 207-221.