

DOI: [10.59330/jai.v1i2.10](https://doi.org/10.59330/jai.v1i2.10)

JENIS ARTIKEL | HASIL PENELITIAN

Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Edi Supriyono* | Rafli Omarli Effendi

AFILIASI:

Program Studi Manajemen, Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

*KORESPONDENSI:

edi.supriyono@umy.ac.id

HISTORI ARTIKEL

Diterima:

20 Januari 2023

Direvisi:

15 Februari 2023

Disetujui:

15 Maret 2023

Abstrak:

Latar Belakang: Memaksimalkan laba adalah tujuan utama dari berdirinya suatu perusahaan. Nilai perusahaan tidak akan pernah meningkat jika perusahaan tidak memberikan perhatian lebih terhadap kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Untuk memberi perhatian lebih terhadap lingkungan internal maupun eksternal perusahaan adalah dengan memaksimalkan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menerapkannya, kepentingan internal dan eksternal perusahaan akan seimbang dan nilai perusahaan akan meningkat.

Tujuan: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, independensi dewan komisaris dan ukuran dewan komisaris dijadikan proksi dari GCG.

Metode Penelitian: Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sebanyak 62 perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2014-2019 digunakan sebagai sampel penelitian yang ditentukan menggunakan *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini yakni data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang bersumber dari website *Indonesian Stock Exchange* (IDX)

Hasil Penelitian: Hasil penelitian menjelaskan bahwa GCG dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variable GCG lainnya yakni kepemilikan manajerial dan independensi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keaslian/Kebaruan Penelitian: Penelitian ini memperluas gambaran pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur.

Kata kunci: GCG; CSR; Nilai Perusahaan

SITASI: Supriyono, E. & Effendi, R.O. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Inovatif*, 1(2), 55-62.

Pendahuluan

Globalisasi yang terjadi saat ini diikuti dengan berkembangnya teknologi membuat semakin besarnya dunia usaha yang membuat ketatnya persaingan usaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Semua perusahaan memiliki tujuan utama mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi, karena tinggi rendahnya kemakmuran pemegang saham dapat digambarkan dari seberapa tinggi nilai

perusahaan. Untuk menentukan nilai pasar perusahaan nilai harga dapat yang dipengaruhi oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa dapat digunakan sebagai indikator. Nilai perusahaan diyakini memiliki penilaian untuk memberikan gambaran bagi kemakmuran pemegang saham melalui jumlah kepemilikan saham. Menghasilkan suatu nilai perusahaan yang tinggi bukan suatu hal yang mudah, ada banyak faktor internal dan eksternal yang membuat pihak manajemen bekerja lebih giat untuk meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) dapat menjadi indikator untuk menilai apakah perusahaan tersebut baik atau tidak (Franita, 2018).

Baik atau tidaknya kondisi perusahaan dapat dilihat dari seberapa kuat *Good Corporate Governance* (GCG) yang dimilikinya. Ketika perusahaan lebih mementingkan kepentingannya sendiri, dengan mengabaikan kepentingan investor dapat menjadi ciri dari lemahnya GCG. Mekanisme GCG dinilai mampu dalam memonitoring perusahaan, dan meminimalisir tindakan oportunistik manajemen sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besarnya kegiatan operasional dalam mengelola perusahaan tentunya perusahaan membutuhkan penerapan tata kelola usaha yang baik *Good Corporate Governance* (GCG) untuk memastikan bahwa pihak manajer (agen) berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Permasalahan GCG muncul disebabkan terjadinya pemisahan antara pihak pemegang saham dengan pihak pengendalian perusahaan. Pemisahan ini mendasari pada *agency theory* yakni pihak manajemen cenderung untuk meningkatkan memakmurkan dirinya dan mengesampingkan tujuan perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan saat ini menjadi faktor penentu yang strategis bagi perusahaan agar dapat senantiasa meningkatkan nilai serta memelihara proses pertumbuhan yang berkelanjutan (Wibowo, 2010).

Suatu negara perlu mengembangkan mekanisme manajemen, menekan bisnis untuk membuat, menyajikan, dan menerbitkan informasi atas laporan keuangan secara jujur dan secara wajar. Proses perlu dikontrol dengan ketat, memiliki sanksi terhadap bisnis yang melanggarnya, dan melindungi hak investor. Membangun dan membuat stok pasar untuk pembangunan yang sehat dan berkelanjutan, dan akses untuk praktik internasional (DANG, 2020). Oleh karena itu perusahaan-perusahaan di Indonesia terkhusus perusahaan manufaktur diharapkan dapat meningkatkan penerapan *Good Corporate Governance*.

Dalam memaksimalkan pengelolaan operasional perusahaan juga harus menyeimbangkan dengan memberikan perhatian terhadap lingkungan yang berada di luar perusahaan. Perusahaan adalah bagian dari lingkungan, dimanapun perusahaan itu berada harus memiliki kepekaan terhadap lingkungan eksternal, perusahaan tidak hanya berfokus pada mencari keuntungan semata. Keberadaan suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan memberikan dampak terhadap lingkungan eksternalnya, perusahaan yang baik adalah perusahaan yang bertanggung jawab atas dampak yang diberikan. Perusahaan dalam menjalankan kegiatannya kita tidak bisa pungkiri bahwa masyarakat dan lingkungan sekitar ikut terlibat, oleh karena itu “perusahaan yang baik adalah perusahaan yang melibatkan masyarakat dalam kegiatan perusahaan dan bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan” (Rosiana dkk., 2013).

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) wajib dilaksanakan oleh suatu perusahaan atas dasar pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Implementasi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk kepedulian sosial terhadap lingkungan eksternalnya atas dampak yang diberikan dari kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan berkelanjutan untuk memiliki masa depan baik harus mampu mengimplementasikan GCG dan CSR secara konsisten dan maksimal.

Pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah perusahaan yang bergerak pada sektor manufaktur, karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagian besar merupakan perusahaan-perusahaan yang besar, tentunya perusahaan yang besar akan memperoleh profit yang

sangat tinggi, dengan ini investor akan cenderung tertarik sehingga akan menanamkan modalnya. Semakin banyak investor pada suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor lainnya mengapa pada penelitian ini memilih perusahaan bidang manufaktur adalah dari aktifitas pengelolaannya. *Prinsipal* berusaha untuk memperoleh nilai maksimal mungkin didapatkan oleh perusahaan dengan cara melimpahkan kewenangan dalam pengelolaan perusahaan kepada agen, dikarenakan pemahaman kegiatan operasional perusahaan yang lebih dipahami oleh mereka. Konflik kepentingan (*agency problem*) mungkin saja muncul dari pelimpahan kewenangan ini. *Agency theory* menyatakan bahwa manajer sebagai seorang *agent* yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principal*) kerap kali dalam mengelola perusahaan sering bertindak tidak sesuai dengan tujuan perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan (GCG) yang baik menjadi mekanisme bagi pemilik saham untuk mengurangi terjadinya *agency conflict*.

Penelitian mengenai pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan yang bergerak di perusahaan sektor manufaktur sebagai variabel dependen digunakan karena nilai perusahaan bisa menjadi salah satu indikator untuk menentukan apakah perusahaan tersebut berhasil atau tidak dalam mensejahterakan pemegang sahamnya. Untuk menentukan nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan harga saham biasa perusahaan per lembar terhadap nilai buku per lembar. Semakin tinggi PBV berarti pasar akan percaya prospek perusahaan tersebut (Muhammad, 2018).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data sekunder yang didapat dari arsip laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019 sebagai populasi penelitian. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* sehingga didapat sampel sebanyak 249 dari 62 perusahaan manufaktur.

Definisi Operasional Variabel

Variable Independen pada penelitian ini adalah *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). GCG diprosikan oleh kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), independensi dewan komisaris (IDK) dan ukuran dewan komisaris (UDK). Seberapa besar porsi pemegang saham yang turut andil dan aktif dalam melakukan pengelolaan perusahaan menjadi gambaran seberapa besar kepemilikan manajerial perusahaan tersebut (Downes & Goodman, 2014). Untuk mengukur tingkat kepemilikan manajerial (KM) dapat menggunakan rumus berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham Yang Dimiliki Manajemen}}{\text{Total Saham Yang Beredar}} \times 100 \dots (1)$$

Porsi kepemilikan saham perusahaan oleh sebuah institusi/badan adalah indikator dari kepemilikan institusional. Semakin banyak kepemilikan institusional diharapkan dapat memberikan fungsi pengawasan untuk memastikan manajer menggunakan dan mengelola sumber daya perusahaan dengan efektif dan efisien. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen (Perdana dan Raharja, 2014). Untuk mengukur kepemilikan Institusional (KI) penelitian ini mengadopsi rumus dari Perdana dan Raharja (2014), sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Yang Dimiliki Institusi}}{\text{Total Saham Yang Beredar}} \times 100 \dots (2)$$

Komisaris independen adalah dewan komisaris yang independent dan berasal dari luar perusahaan yang tidak memiliki hubungan kepentingan bisnis yang substantial dengan perusahaan. Seberapa besar independensi dewan komisaris (IDK) dapat diukur dari besaran prosentase komisaris independen terhadap total dewan komisaris yang ada (Sussanto & Carningsih, 2013). Dalam rangka memastikan pengambilan keputusan dewan komisaris independen efektif, efisien dan tetap independen, proporsi komisaris independen setidaknya harus mencapai 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris (Marini & Marina, 2017). Untuk mengetahui independensi dewan komisaris penelitian ini mengadopsi rumus dari Marini dan Marina (2017), sebagai berikut:

$$IDK = \frac{\text{Jumlah Dewan Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}} \times 100 \dots (3)$$

Ukuran dewan komisaris (UDK) merupakan jumlah anggota dewan komisaris yang terlibat dalam suatu perusahaan, yang ditetapkan dalam jumlah satuan (Siallagan & Machfoedz, 2006).

$$UDK = \text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}$$

Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab suatu perusahaan untuk mengurangi ketimpangan sosial dan kerusakan yang diakibatkan atas kegiatan operasional. Bagi perusahaan manufaktur, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* erat kaitannya dengan seberapa besar perusahaan memberikan perhatiannya terhadap pengelolaan lingkungan serta keterlibatannya dan kepedulian terhadap masyarakat yang terdampak akibat dari proses bisnis yang dijalankan. Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan akan meningkat di hadapan para stakeholder terutama investor dan masyarakat yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Adnantara, 2014).

Variabel *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSRI), dimana terdapat 78 item pengungkapan dengan kriteria pengungkapan bidang lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, dan keterlibatan masyarakat. Setiap pengungkapan yang dilakukan akan diberikan nilai 1 dan untuk yang tidak mengungkapkan akan diberikan nilai 0. Perhitungan CSRI berdasarkan pada rumus perhitungan berikut:

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan Item}}{\text{Jumlah Item Maksimal Untuk Perusahaan (78)}} \dots (4)$$

Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Bagaimana pasar menilai sebuah perusahaan dapat menjadi salah satu tolak ukur bagi seorang investor (Warapsari & Suaryana, 2016). Dalam menilai sebuah perusahaan penelitian ini mengadopsi Muhammad (2018) yang menggunakan rasio *Price Book Value* (PBV) untuk mengukur nilai perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku}} \dots (5)$$

Setelah data diperoleh, selanjutnya data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 25 untuk melakukan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Sebelum data dilakukan analisis terhadap pengujian hipotesis, pengujian asumsi klasik telah dilakukan dan disimpulkan bahwa data yang diperoleh memenuhi asumsi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Tabel 1 menunjukkan nilai terendah, tertinggi, rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang diukur. Variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai terendah dan tertinggi sebesar 0,1 dan 7,3 dengan nilai rata-rata dan standar deviasi sebesar 1,578 dan 1,3384. Variabel kepemilikan manajerial (KM) memiliki nilai terendah dan tertinggi sebesar 0,00001 dan 0,37320 dengan rata-rata dan standar deviasi sebesar 0,0410153 dan 0,06483558. Variabel kepemilikan institusional (KI) memiliki nilai terendah dan tertinggi sebesar 0,39 dan 0,99 dengan nilai rata-rata dan standar deviasi sebesar 0,7321 dan 0,14339. Variabel dewan komisaris independen (IDK) memiliki nilai terendah dan tertinggi sebesar 0,2 dan 0,7 dengan nilai rata-rata dan standar deviasi sebesar 0,380 dan 0,0964. Variabel ukuran dewan komisaris (UDK) menunjukkan nilai terendah dan tertinggi yaitu 2 dan 9 dengan nilai rata-rata dan standar deviasi sebesar 3,70 dan 1,522. Adapun untuk variabel CSR nilai tertinggi dan teredahnya adalah 0,2 dan 0,8 dengan nilai rata-rata dan standar deviasi sebesar 0,449 dan 0,1368.

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV (Y)	249	0,1	7,3	1,578	13,407
KM (X1)	249	0,00001	0,37320	0,0410153	0,06483558
KI (X2)	249	0,39	0,99	0,7321	0,14339
IDK (X3)	249	0,2	0,7	0,380	0,0964
UDK (X4)	249	0,2	0,9	3,70	1,522
CSR (X5)	249	0,2	0,8	0,449	0,1368

Keterangan: PBV: *Price Book Value* ; KM: Kepemilikan Manajerial; KI: Kepemilikan Institusional; IDK: Independensi Dewan Komisaris; UKD: Ukuran Dewan Komisaris; CSR: *Corporate Sosial Responsibilities*

Hasil uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pada Tabel 2, keseluruhan variabel independent memiliki nilai *adjusted R²* sebesar 0,135. Artinya, variabel nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), independensi dewan komisaris (IDK), ukuran dewan komisaris (UDK) dan CSR sebesar 13,5% dan 86,5% lainnya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti. Secara bersama-sama, keseluruhan variabel independent berpengaruh terhadap variabel depeden dengan nilai F sebesar 8,714 dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Secara terpisah, Tabel 2 menunjukkan kepemilikan manajerial (KM) berpengaruh positif (0,036) tetapi tidak signifikan ($0,181 > 0,05$) terhadap nilai perusahaan (PBV). Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak. arti bahwa kepemilikan manajerial belum tentu meningkatkan nilai perusahaan. Jumlah kepemilikan manajerial belum mampu menjadi pertimbangan sebagai kesamaan tujuan antara kepentingan manajemen dengan pemegang saham, dengan ini tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan tidak terpenuhi. Hasil ini bertolak belakang dengan teori keagenan (*agency theory*) yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976). Data rata-rata kepemilikan manajerial yang rendah pada Tabel 1 yakni sebesar 4,10% juga dapat menjelaskan mengapa tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan kepemilikan manajerial dalam meminimalisir *agency problem*, karena dengan rendahnya kepemilikan manajerial menyebabkan tercapai kesamaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajemen tidak dapat terwujud. Hasil penelitian konsisten dengan hasil penelitian Warapsari dan Suaryana (2016),

yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh Abukosim dkk. (2014), Widyasari dkk. (2015), dan Embang (2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada Uji T (Tabel 2), kepemilikan institusional (KI) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai koefisien sebesar 0,665 dan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$. Semakin tinggi kepemilikan institusional yang dimiliki oleh suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan kepemilikan institusional membuat tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pemegang saham atas perilaku manajemen semakin kuat agar untuk meminimalisir manajemen melakukan kecurangan atau penyelewangan. Pengendalian ini dilakukan dalam rangka mendorong pihak manajemen untuk meningkatkan kinerjanya yang berdampak pada nilai perusahaan yang dapat menjadi daya tarik bagi investor. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa terjadi hubungan antara principal (pemegang saham) yang memberikan amanat kepada agen (manager) yang diberikan amanat untuk menjalankan operasional perusahaan. Sehingga dalam hubungannya, pengendalian dan monitoring terhadap agen (manajer) dilakukan secara maksimal agar kepentingan institusional yang lebih besar tidak dikorbankan oleh kepentingan pribadi manajer. Hasil yang diperoleh penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Poluan dan Wicaksono (2019) dan Widyasari dkk. (2015) di mana kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena keberadaan pemegang saham institusi dalam mengawasi perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan sehingga berdampak pada meningkatnya kepercayaan pemegang saham dan nilai perusahaan.

Tabel 2 Hasil Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi

Variable	Coefficients			Model Summary		Uji F	
	Koefisien	Std error	T-statistik	Sig.	Adjusted R ²	F Statistic	Sig.
C	2,681	0,394	6,804	0,000	0,135	8,714	0,000
LnKM	0,036	0,027	1,341	0,181			
LnKI	0,665	0,266	2,504	0,013			
LnIDK	0,378	0,212	1,785	0,076			
LnUDK	-0,765	0,165	-4,626	0,000			
LnCSR	1,010	0,197	5,117	0,000			

Penelitian ini juga menemukan bahwa berdasarkan Tabel 2, dewan komisaris independen (DKI) berpengaruh positif (0,378) tapi tidak signifikan ($1,785 > 0,05$) terhadap nilai perusahaan (PBV). Proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa efektivitas pengawasan yang dilakukan komisaris independen terhadap manajer di suatu perusahaan dinilai belum cukup efektif. Selain itu, ketidakpercayaan pelaku pasar terhadap kinerja kinerja dewan komisaris independen sehingga tidak terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Fiadicha dan Hanny (2016), serta Wardoyo dan Veronica (2013) menunjukkan hasil bahwa dewan komisaris independen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menariknya, ukuran dewan komisaris (UKD) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) sebesar -0,675 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ (Tabel 2), berbeda dengan hipotesis yang diduga. Semakin besar ukuran dewan komisaris dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dan keputusan memiliki kualitas yang lebih baik sehingga dapat menjadi daya tarik bagi investor, namun di sisi lain akan membuat pengambilan keputusan menjadi lebih lambat dikarenakan masukan maupun saran yang dewan komisaris berikan harus melewati tahap seleksi dan pertimbangan yang lama. Bagi investor pengambilan keputusan yang cepat namun berkualitas lebih disenangi oleh mereka. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Suhartati dkk. (2011) yang mengungkapkan bahwa ukuran dewan komisaris yang terlalu besar dapat mengakibatkan pengambilan

keputusan menjadi lambat. Investor akan lebih menyukai pengambilan keputusan yang cepat untuk kebaikan perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sebesar 1,010 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ (Tabel 2). Semakin banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan membentuk *brand image* perusahaan dimata masyarakat yang berdampak pada citra baik perusahaan dan memperkuat kesetiaan konsumen yang berujung pada kenaikan profitabilitas perusahaan. Peningkatan profitabilitas menjadi daya tarik bagi investor dan berdampak pada nilai perusahaan akan ikut meningkat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Adnantara (2014), Widyasari dkk. (2015) dan Embang (2016) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Deegan (2006) bahwa meningkatnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan artinya perusahaan menjalin hubungan kontrak sosial serta berjalan di atas norma-norma masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam hal ini tentunya perusahaan akan mendapatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat dalam menjalankan perusahaannya dan perusahaan akan memiliki citra yang baik di pandangan masyarakat.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, independensi dewan komisaris, ukuran dewan komisaris dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana peneliti mendapatkan 249 sampel dari 62 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2019.

Secara bersama-sama variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, independensi dewan komisaris, ukuran dewan komisaris dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tingkat koefisien determinasi sebesar 0,135. Meskipun demikian, hasil pengujian secara parsial hanya kepemilikan institusional (KI) dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil yang menarik didapat pada pengaruh variabel ukuran dewan komisaris (UKD) terhadap nilai perusahaan (PBV), di mana arah yang dihasilkan berbeda dengan arah yang ditentukan dalam hipotesis meskipun signifikan.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu periode yang digunakan masih terbatas pada 5 tahun saja, yakni 2014-2019 dan hanya berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Sehingga untuk penelitian selanjutnya, penambahan periode pengamatan dapat dijadikan pertimbangan untuk diambil. Selain itu, kecilnya nilai koefisien determinasi dapat menjadi sinyal bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain atau menggunakan model yang lebih kompleks agar dapat menjawab fenomena.

Daftar Pustaka

- Abukosim, M., Ferina, I.S., & Nurcahaya, C. (2021). Ownership Structure And Firm Values: Empirical Study On Indonesia Manufacturing Listed Companies. *Researches World - International Refereed Sosial Sciences Journal*, 5(4), 1–14. <https://www.researchersworld.com/index.php/rworld/article/view/821>
- Adnantara, K. F. (2014). Pengaruh struktur kepemilikan saham dan Corporate Social Responsibility pada nilai perusahaan. *Buletin studi ekonomi*, 44232.
- DANG, H. N., PHAM, C. D., NGUYEN, T. X., & NGUYEN, H. T. T. (2020). Effect of Corporate Governance and Earning Quality on Listed Vietnamese Firm Value. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(4), 71-80. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL 7. NO 4. 71>.

- Deegan, C. (2006). Legitimacy theory. In *Methodological issues in accounting research: theories, methods and issues* (pp. 161-181). Spiramus Press Ltd.
- Downes, J., & Goodman, J. E. (2014). *Dictionary of finance and investment terms*. Simon and Schuster.
- Embang, E., L. (2016). Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. *Parsimonia-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 54-67.
- Fiadicha, F., & Hanny, Y. R. (2016). Pengaruh good corporate governance, Corporate Social Responsibility dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 1(1), 22-45. <https://doi.org/10.52447/jam.v1i1.737>
- Franita, R. (2018). *Mekanisme good corporate governance dan nilai perusahaan: studi untuk perusahaan telekomunikasi*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Marini, Y., & Marina, N. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 1(1), 7-20. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v1i1.37>
- Muhammad, J. (2018). *Pengaruh good corporate governance dan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2016)*. Skripsi. Univesitas Islam Indonesia.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Perdana, R. S., & Rahardja, R. (2014). Analisis pengaruh corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 766-778. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/6219>
- Poluan, S. J., & Wicaksono, A. A. (2019). Pengaruh pengungkapan good corporate governance terhadap nilai perusahaan pada badan usaha milik negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), 228-237. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i2.1238>
- 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.
- Siallagan, H., & Machfoedz, M. U. (2006). Mekanisme corporate governance, kualitas laba dan nilai perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi*, 9(61), 23-26.
- Suhartati, T., Warsini, S., & Sixpria, N. (2011). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis PNJ*, 10(2), 95-105, 13444. [10.32722/eb.v10i2.456](https://doi.org/10.32722/eb.v10i2.456)
- Sussanto, H., & Carningsih, C. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *UG Journal*, 7(7).
- Warapsari, A. A. A. U., & Suaryana, I. G. N. A. (2016). Pengaruh kepemilikan manajerial dan institusional terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan utang sebagai variabel intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2288-2315.
- Wardoyo & Veronica, T. M. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4 (2), 132-149.
- Wibowo, E. (2010). Implementasi good corporate governance di Indonesia. *Jurnal ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2), 129-138.
- Widyasari, N. A., Suhadak, & Husaini, A. (2015). Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26 (1). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1021>