

ANALISA GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN: DATA PANEL

Fadli Halim¹⁾; Hartaty Hadady¹⁾; dan Fadli Ali Taslim²⁾

¹⁾fadlihalim@gmail.com, Universitas Khairun, Ternate

¹⁾tatyhadady@unkhair.ac.id, Universitas Khairun, Ternate

³⁾fadlitaslim@unkhair.ac.id, Universitas Khairun, Ternate

Received: 04 Februari 2020

Reviewed: 01 Maret 2020

Accepted: 26 April 2020

Published: 29 April 2020

ABSTRACT

Objective: This study aims to analyze the effect of Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) on the value of the company (Study of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2013-2017). The sample selection in this study uses the Purposive Sampling method. Based on the results of the sample selection in accordance with the criteria that have been made, it can be selected as many as 15 company samples or as many as 75 units of observation in a period of 5 years.

Methodology: The analytical method used in this study is the Panel Data regression method with the Common Effect method.

Finding: H1 are accepted, while H2 no accepted at the 5% confidence level.

Conclusion: The results of this study indicate that Good Corporate Governance (GCG) which proceeds with institutional ownership negatively affects company value. This can be seen from the probability value of 0.009 which is smaller than the value of α (0.05), and the coefficient value of -0.57 indicates that there is a negative relationship between Good Corporate Governance (GCG) and the value of the company. while Corporate Social Responsibility (CSR) does not affect the value of the company. This can be seen from the probability value of 0.529 which is greater than the value of α (0.05), and the coefficient value of 0.081.

Keywords: Good Corporate Governance (GCG), and Company Value.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini menghadapi sebuah kondisi yang peubah dengan globalisasi teknologi, terutama teknologi informasi, teknologi produksi, teknologi transportasi dan komunikasi. Hal tersebut memiliki dampak yang paling dominan terhadap dunia usaha. Ini juga merupakan bentuk ketidakpastian lingkungan sebagai tantangan bagi setiap perusahaan saat ini. Setiap perusahaan memiliki tujuan utama yaitu meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Adapun cara mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham adalah melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan, sehingga pemilik perusahaan akan mendorong manajer agar bekerja lebih keras dengan menggunakan berbagai intensif untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para

pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Nilai perusahaan juga dapat diukur dengan menggunakan rasio *Price book Value (PBV)*. Menurut Arif (2016) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau di atas dari nilai buku (*overvalued*), dan apabila angka PBV dibawah 1 maka harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Rasio PVB merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan atau *Price to Book Value (PBV)* menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu faktor keuangan dan non keuangan. Selain faktor keuangan yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan laba, likuiditas dan struktur modal, terdapat juga faktor non keuangan yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Beberapa tahun terakhir ini, *Good Corporate Governance* atau GCG sudah menjadi istilah dan juga gerakan yang begitu sering di perbincangkan. Institusi global seperti IMF, World Bank, APEC, ADB dan OECD pun juga turut menjadi pemantik untuk meyalakan api dalam implementasi *Good Corporate Governance* atau GCG yang konsisten di dalam dunia usaha. Dorongan terhadap besarnya permasalahan *Good Corporate Governance* atau GCG ini di ketahui bahwa hal ini di latar belakang oleh beragam permasalahan yang diantaranya seperti bermulanya krisis finansial yang terjadi di berbagai wilayah, mulai dari krisis Meksiko yang terjadi Tahun 1995 dan krisis Thailand yang terjadi pada Tahun 1997 yang kemudian di lanjutkan dengan menjelma menjadi krisis finansial Asia termasuk di Indonesia. *Good Corporate Governance (GCG)* dapat menyebabkan menurunnya kinerja financial, atau disebut dengan krisis financial (Hapsari, 2018). Menurut hasil penelitian GCG tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa GCG perlu dikelola secara konsisten untuk memperoleh nilai tambah bagi perusahaan.

Konsep dari *Good Corporate Governance* dilatar belakang oleh masalah pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan didalam perusahaan, yang selanjutnya dimodelkan dengan *agency theory* Dalam mekanisme *Good Corporate Governance*, pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan merupakan upaya yang sangat penting untuk mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik. *Agency Theory* menekankan pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga ahli (*agent*) yang lebih kosen dalam menjalankan pengelolaan perusahaan.

Penelitian ini penulis memproksikan *Good Corporate Governance* dengan Kepemilikan Institusional, karena kepemilikan institusional merupakan salah satu mekanisme dari GCG, dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitoring perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih besar dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai upaya pencegahan terhadap tindak keborosan ataupun pemborosan yang bisa saja dilakukan oleh pihak manajemen.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan aktivitas tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* dengan cara memberi perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan. Dalam hal ini perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung

jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*Corporate Value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) yang bisa juga dikenal dengan *triple bottom line*, yaitu selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat bpada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Nugroho dan Yuliato, 2015).

Beberapa fenomena di Indonesia terkait permasalahan yang muncul dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya, perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan sumber daya alam sebagai contoh PT. Freeport Indonesia salah satu perusahaan tambang terbesar di Indonesia yang berlokasi di papua, yang memulai operasinya sejak tahun 1969, sampai dengan saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi. Kasus pencemaran Teluk Buyat, yaitu pembuangan tailing ke dasar laut yang mengakibatkan tercemarnya laut sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat operasional PT. Newton Minahasa Raya tidak hanya menjadi maslah nasional melainkan internasional. Kasus lumpur lapindo yang hingga saat ini belum terselesaikan serta demonstran para karyawan akibat ketidakadilan. Jika dilihat dari kasus diatas, masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan ternyata memberikan dampak yang sangat besar (Retnaningsih, 2016).

STUDI LITERATUR

Signalling Theory

Teori Sinyal menurut Brigham dan Houston (1999) dalam Fenandar (2012) adalah tindakan perusahaan dalam memberi sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan. Teori sinyal membahas bagaimana seharusnya sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen (*agen*) disampaikan kepada pemilik (*principal*). Dorongan dalam memberikan sinyal timbul karena adanya informasi asimetris antara perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan pihak manajemen.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Persektif teori agensi merupakan dasar yang digunakan memahami isu *corporate governance*. Agensi teori mengakibatkan hubungan yang asimetri antara pemilik dan pengelola, untuk menghindari terjadi hubungan yang asimetri tersebut dibutuhkan suatu konsep yaitu konsep *Good Corporate Governance* yang bertujuan untuk menjadikan perusahaan menjadi lebih sehat. *Agency Theory* mendasarkan hubungan kontrak antar anggota-anggota dalam perusahaan, prinsipal dan agen sebagai pelaku utama. Prinsipal merupakan pihak yang memberikan mandat kepada agen untuk bertindak atas nama prinsipal, sedangkan agen merupakan pihak yang diberi amanat oleh principal untuk menjalankan perusahaan. Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut (Jensen dan Meckling, 1976: 5).

Stakeholder Theory

Teori Stakeholders ini dikemukakan oleh Ullmann (1985) dan Roberts, R.W. (1992) dalam Gray et, al (1995) yang mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholders. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para stakeholders dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi stakeholders, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para stakeholdersnya.

Teori stakeholder menyatakan bahwa semua stakeholder mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan selama periode tertentu yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan. Menurut Rawi dan Muchlish (2010) stakeholder merupakan orang atau kelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Batasan stakeholder mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan stakeholder, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan stakeholder bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi stakeholder (Adam C. H, 2002 dalam Nor Hadi, 2011).

CSR mampu memberikan informasi tambahan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan yang nantinya juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan. CSR mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada *stakeholder* dan melaporkan pertanggungjawaban yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah (Deegan, 2004). Apabila perusahaan melakukan pengungkapan sosial, maka perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya akan mendapat status dari masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi atau dapat dikatakan terlegitimasi (Adhima, 2012).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus dilaksanakan sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat (Adhima, 2012). Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan.

Legitimasi merupakan hal yang penting dalam perkembangan perusahaan kedepannya. Menurut Dowling dan Pletter, perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari

seluruh stakeholders dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan organisasi dapat memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Tujuan ini bersifat garis besar, karena pada praktiknya tujuan itu senantiasa dipengaruhi oleh keputusan-keputusan dibidang keuangan (Tika, 2012).

Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut di jauhi (Tika, 2012).

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price to Book Value (PBV)*

Menurut Dani (2015) *Price to Book Value (PBV)* adalah perbandingan antara harga saham dan nilai buku (book value) yang diberikan pasar keuangan untuk mengukur nilai perusahaan. Nilai *Price to Book Value (PBV)* yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja dan prospek perusahaan. Menurut teori ini, jika harga saham lebih tinggi dari nilai buku perusahaan, nilai *Price to Book Value (PBV)* akan meningkat sehingga perusahaan semakin bernilai tinggi di pasar keuangan.

Rumus *Price to Book Value (PBV)* Menurut Dani (2015) :

$$PBV = \frac{\text{market price per share}}{\text{book value per share}}$$

2. Tobin's Q

Menurut Smithers dan Wrigt dalam Prasetyorini (2013) menyatakan bahwa Tobin's Q dihitung dengan rasio nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu membandingkan dengan total aset perusahaan. Menurut Cahyaningtiyas dan Hadiprajitno (2015) semakin besar nilai rasio Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karna semakin besar nilai pasar aset perusahaan, semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Rumus Tobin's Q Menurut Prasetyorini (2013) :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{TA}}$$

MVE = Nilai pasar dari jumlah saham yang beredar

Debt = Nilai total kewajiban perusahaan

TA = Total aset perusahaan

3. *Price Earning Ratio (PER)*

Menurut Hanafi dan Halim (2009) *Price Earning Ratio (PER)* merupakan suatu rasio yang dipakai untuk mengukur harga pasar (*Market Price*) setiap lembar saham biasa dengan laba per lembar saham. PER melihat harga saham relatif terhadap *Earning*-nya.

Rumus *Price Earning Ratio (PER)* menurut Hanafi dan Halim (2009) :

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar}}{\text{Earning Per Lembar}}$$

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value (PBV)* karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

Good Corporate Governance (GCG)

Good corporate governance dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang (IICG, 2010). Agoes dan Ardana (2009) mendefinisikan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran Dewan Komisaris, peran Direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya dan penilaian kinerjanya.

Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI)* tahun 2001 di dalam Hadianto (2013) mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengendalikan perusahaan, dengan tujuan menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Sedangkan menurut *The Organization of Economic Corporation and Development (OECD)* di dalam Hadianto (2013), *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan, mengatur pembagian tugas hak dan kewajiban mereka kepada pemegang saham, dewan pengurus, para manajer, dan yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Nurlala dan Islahudin (2008), tanggung jawab sosial adalah tanggung jawab perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memerhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, tunduk kepada hukum yang berlaku dan berkomitmen dengan norma perilaku internasional dan diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi.

Kewajiban perusahaan melakukan kegiatan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa regulasi yaitu Keputusan Menteri BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL terdiri program perkuatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (disebut Program Kemitraan), serta program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat sekitar (disebut Program Bina

Lingkungan), dana kegiatan yang bersumber dari laba BUMN. Selain itu Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007. Pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas menyatakan :

- a) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran (Pasal 74 : 2).
- b) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan (Pasal 74 : 3).

Kerangka Pikir

Pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap Nilai Perusahaan

Konsep *corporate governance* merupakan serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). *Good corporate governance* dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang (Retno dan Priantinah, 2012).

Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen. Adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Kepemilikan institusional akan mengurangi konflik keagenan karena dalam aktivitas perusahaan pihak manajemen akan diawasi atau dikontrol pihak institusi, sehingga meminimalkan kecurangan di dalam manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa GCG dapat berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (*firm value*) sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Damaianti (2019), dan Chasanah dan Laily (2020). Selain itu hasil penelitian Negara (2019) menunjukkan bahwa Variabel *Good Corporate Governance (GCG)* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurutnya bahwa hal tersebut dapat dimungkinkan karena praktek GCG pada perusahaan memang dilaksanakan, akan tetapi implementasinya masih belum diterapkan oleh perusahaan secara penuh sesuai dengan prinsip-prinsip GCG. Perubahan dalam nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh perubahan harga saham, sementara GCG tidak termasuk ke dalam faktor yang dapat merubah tingkatharga saham.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Good Corporate Governance (GCG)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

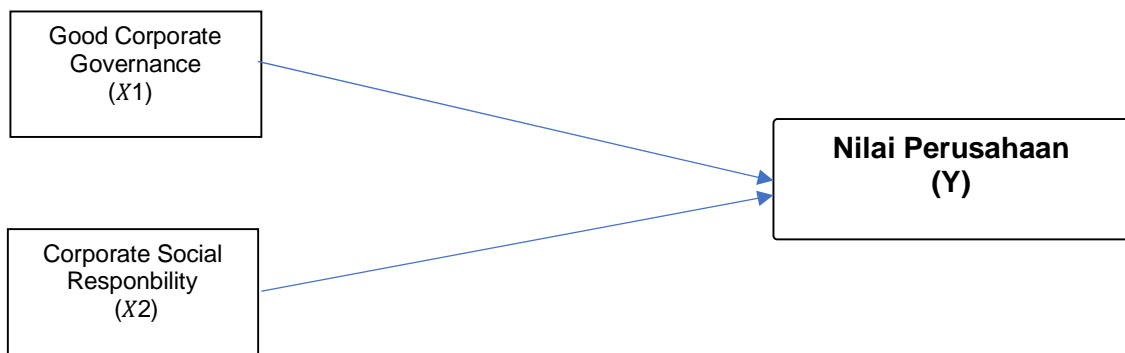
Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan dapat menjadi nilai tambah yang diharapkan akan meningkatkan kepercayaan para investor. Tidak hanya investor, konsumen akan lebih menghargai perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena ketika konsumen membeli produk perusahaan tersebut, maka konsumen merasa ikut berpartisipasi dalam membantu kepentingan sosial lingkungan. Dampak positif dari pengungkapan *corporate social responsibility* salah satunya dapat membangun *image* perusahaan di mata para *stakeholder* (Widyanti dkk., 2014).

Corporate Social Responsibility berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya (Wardoyo dan Theodora, 2013). Anwar *et al.*, (2010) mengatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor untuk memilih tempat investasi. Ini menunjukkan bahwa CSR dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Stacia dan Juniarti (2015), Widati dan Salsiyah (2018), dan Zulaika dan Sihombing (2019) menunjukkan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :
H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tinjauan kepustakaan dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan oleh peneliti bahwa seluruh variabel penelitian *Good Corporate Governance (GCG)* yang diprosikan dengan kepemilikan institusional dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Skema kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Pengembangan Pengukuran

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan merupakan variable dependennya. Nilai perusahaan merupakan nilai yang mencerminkan ekuitas dan nilai buku pada suatu perusahaan. Salah satu cara melihat nilai Perusahaan dengan cara melihat harga penutupan saham perusahaan di pasar bursa.

Rasio *Price Book Value* digunakan dalam penelitian ini sebagai indikator dalam penilaian nilai perusahaan. Harga saham biasa perusahaan per lembar terhadap nilai buku per lembar dimana nilai buku tersebut diperoleh dari hasil bagi ekuitas pemegang saham dengan jumlah saham yang beredar merupakan makna dari *Price to Book Value Ratio*, Karena semakin tinggi PBV tersebut maka pasar lebih percaya terhadap perusahaan tersebut. Variabel Nilai Perusahaan (NP) dalam Peneletian ini diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku Saham(BV)}}$$

Good corporate governance (GCG)

Good corporate governance (GCG) didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang (Retno dan Priantinah, 2012).

Dalam penelitian ini *Good corporate governance* (GCG) diprosikan dengan Kepemilikan Institusional. Kepemilikan Institusional adalah suatu keadaan dimana suatu institusi tersebut mempunyai saham dalam suatu perusahaan. Institusi tersebut dapat berupa institusi swasta, institusi domestik, asing, maupun pemerintah sendiri dan besar kepemilikan saham lebih dari 5% Variabel Kepemilikan Institusional (KI) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki institusional}}{\text{Total saham beredar}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Widyanti, 2014). CSR dihitung dengan cara membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang diisyaratkan *Global Reporting Initiative* (GRI) meliputi 79 item pengungkapan yang meliputi tema: *economic, environment, labour practices, human rights, society* dan *product responsibility* (Retno & Priantinah, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini diukur menggunakan metode analisis isi (*Conten Analisis*). Metode ini merupakan perubahan informasi kualitatif menjadi kuantitatif sehingga dapat diolah dalam perhitungan statistik.

Indeks tingkat pengungkapan CSR dihitung dengan cara sebagai berikut:

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

Keterangan :

CSR ij = Index Corporate Social Responsibility

Xij = jumlah item yang diungkapkan

nj = 79 item CSR

Model dan Analisis Data

Model analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Data Panel, dimana analisis data panel ini adalah kombinasi antar deret waktu (*time series data*) dan deret hitung (*cross section data*). Model analisis diformulasikan sebagai berikut :

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + e$$

Keterangan :

Y_{it} = Variabel terikat individu ke-i pada waktu ke-t

α = Konstanta

β_1 - β_2 = Koefisien regresi

X_{1it} - X_{2it} = Variabel bebas individu ke-i pada waktu ke-t

it = individu ke-i pada waktu ke-t

e = *error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis regresi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel serta menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan data panel. Data panel

adalah gabungan antara runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu pendekatan model *Common Effect*, *Fixed Effect* dan *Random Effect*. Untuk melakukan estimasi model regresi Data Panel dalam penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu software *Eviews 10*.

Suatu model mempunyai kelebihan dan kelemahan jika diterapkan dalam masalah yang berbeda. Untuk mengukur kebaikan suatu model (*goodness of fit*) digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen, atau dengan kata lain koefisien determinasi menunjukkan variasi turunya Y yang diterangkan oleh pengaruh linear X . Nilai koefisien antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinan yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinan yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen hampir memberikan informasi yang dijelaskan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Menurut Ghozali (2018) uji statistik F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan melihat nilai signifikansi F . Tingkat pengujian F adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengetahui apakah H_a diterima atau ditolak perbandingan antara signifikan atau probabilitas dalam hasil olah data dengan α yang ditetapkan. Hipotesis yang digunakan dalam uji T statistik adalah apabila Probabilitas $> level\ of\ significance$ (0,05), artinya secara individu tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Probabilitas $< level\ of\ significance$ (0,05), artinya secara individu ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila probabilitas uji T bernilai $> level\ of\ significance$ (α) atau jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima. Dan sebaliknya jika pengujian menyatakan probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Jika H_0 diterima, maka artinya secara individu (parsial) tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika H_0 ditolak dan H_a diterima, maka artinya secara individu (parsial) ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen dan laporan keuangan (laporan tahunan atau annual report) yang diterbitkan masing-masing perusahaan pertambangan melalui IDX Bursa Efek Indonesia, Data tersebut diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

HASIL DAN PEMBAHASAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pemilihan Teknik Estimasi Data Panel

Uji Chow

Tabel 1. Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.115	(14,58)	0.364
Cross-section Chi-square	17.88	14	0.212

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 10, (2020)

Sebagaimana tertera pada tabel diatas, diperoleh hasil bahwa probabilitas F dan uji Chow pada pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,3643. Hasil pengujian tersebut menunjukkan probabilitas > 0,05, sehingga Ho diterima. Dengan demikian model estimasi regresi panel untuk pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan adalah *Common Effect Model (CEM)*.

Uji Hausman

Tabel 2. Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.023478	2	0.3636

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 10, (2020)

Sebagaimana tertera pada tabel diatas, diperoleh hasil bahwa probabilitas dalam uji Hausman pada pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan adalah 0.3636. Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai probabilitas > 0.05 sehingga Ho diterima dengan demikian model estimasi data panel untuk pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan adalah *Random Effect*.

Uji Lagrange Multiplier

Tabel 3. Uji Lagrange Multiplier

Null (no rand.effect Alternatife	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	0.25394 (0.3998)	0.00297 0.5012	1.0423 0.0103
Honda	0.00407 -0.4984	-0.3059 -0.6202	-0.2134 -0.5845
King-Wu	0.00407	0.30593	0.26789

	-0.4984	-0.6202	-0.6056
GHM	-	-	1.66004
	-	-	(0.7484)

Sumber: Data sekunder diolah Eviews 10, (2020)

Sebagaimana tertera pada tabel diatas, diperoleh hasil bahwa nilai *Cross-section Breusch-Pagan* dalam uji *Lagrange Multiplier (LM)* pada pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan adalah 0.3998. Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai probabilitas > 0.05 sehingga H_0 diterima dengan demikian model estimasi data panel untuk pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan adalah *Common Effect Model (CEM)*.

Tabel 4. Uji Common Efek

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	1.3780	0.1746	-7.8906	0.00
GCG	-0.5770	0.2169	-2.6599	0.009
CSR	0.0817	0.1294	0.6317	0.52

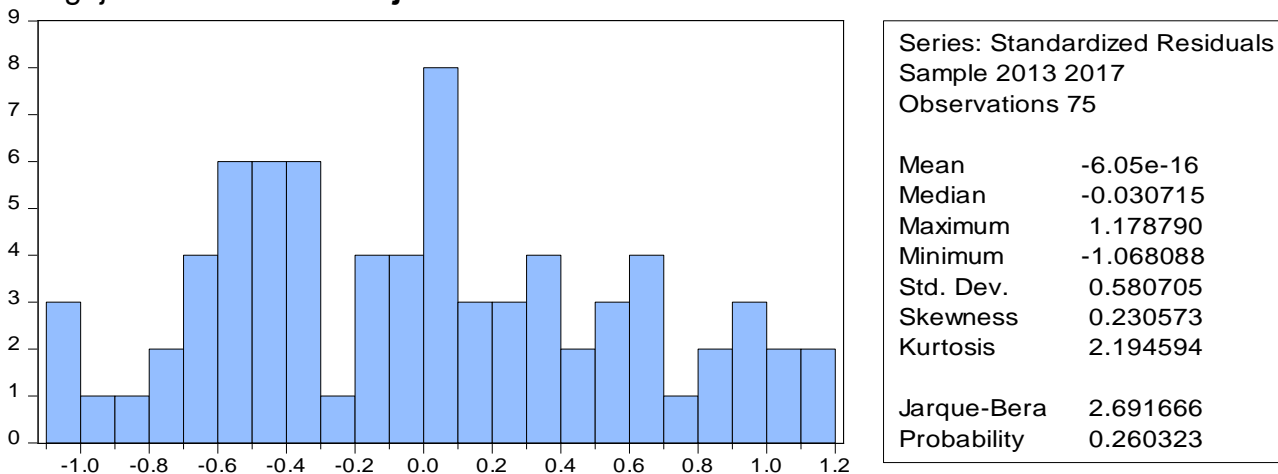
Berdasarkan Tabel 4 penulis merumuskan persamaan model regresi data panel yang menjelaskan pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017 yaitu :

$$PBV_{it} = 1,378043 - 0,577097 GCG + 0,081760 CSR + \epsilon$$

Berdasarkan hasil pengujian data panel menggunakan *Common Effect Model*, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 1,378043 menunjukkan bahwa jika variabel independen pada regresi yaitu *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* bernilai nol, nilai pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017 adalah sebesar 1,378043 satuan.
- 2) Koefisien regresi *Good Corporate Governance (GCG)* sebesar -0.577097 (bernilai negatif) menunjukkan bahwa setiap terjadinya peningkatan *Good Corporate Governance (GCG)* sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain bernilai nol, maka nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan akan menurun sebesar 0,577097 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *Good Corporate Governance (GCG)* meningkat, maka nilai perusahaan akan menurun.
- 3) Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 0,081760 menunjukkan bahwa setiap terjadinya peningkatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain bernilai nol, maka nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan akan naik sebesar 0,081760 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *Social Responsibility (CSR)* meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat.

Pengujian Asumsi Klasik-Uji Normalitas



Pengujian asumsi normalitas menghasilkan statistik uji *Jarque Bera* sebesar 2.69 dengan probabilitas sebesar 0.260. Hasil ini menunjukkan bahwa probabilitas > *level of significant* ($\alpha=5\%$). Hal ini bahwa residual yang diperoleh dari model regresi yang terbentuk dinyatakan berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

4.5.2 Uji Multikoleniaritas

Tabel 5. Uji Multikoleniaritas

Variabel	VIF
PBV	1,000
GCG	1,000
CSR	1,000

Berdasarkan output diatas, terlihat bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 dengan demikian model regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala multikoleniaritas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.624771	0.0963	6.4852	0
LOGGCG	0.162414	0.1196	1.3570	0.179
LOGCSR	0.0742	0.0713	1.0392	0.302

Kriteria pengujian menyatakan jika semua probabilitas > *level of significant* (α) maka dapat dinyatakan bahwa residual menyebar secara acak atau memiliki ragam yang homogen, sehingga dapat dinyatakan asumsi heterokedastisitas terpenuhi. Hasil pengujian asumsi heterokedastisitas menggunakan uji *Glejser* diperoleh nilai probabilitas variabel *Good Corporate Governance* (GCG) sebesar 0.179 dan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0.3022. hal ini menunjukkan bahwa probabilitas > *level of significant* (*Level* $\alpha=5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa residual memiliki ragam homogen sehingga dengan demikian asumsi heterokedastisitas terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	-1.378043	0.174	7.8906	0.00
LOGGCG	-0.577097	0.216	-2.659	0.00
LOGCSR	0.019640	0.238	0.082	0.93
R-squared	0.093976	Mean dependent var		-1.183
Adjusted R-squared	0.068809	S.D. dependent var		0.6109
S.E. of regression	0.588716	Akaike info criterion		1.8171
Sum squared resid	24.95419	Schwarz Criterion		1.9100
Log likelihood	-65.15365	Hannan-Quinn criter.		1.8545
F-statistic	3.734067	Durbin-Waston stat		2.3689
Prob(F-statistic)	0.028643			

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin Watson* (dw) adalah sebesar 2,3687 dengan jumlah sampel 75 dan jumlah variabel bebas 2 didapatkan nilai $d_l=1.570$ dan nilai $d_u=1.680$ sehingga dengan kriteria pengambilan keputusan $d_u < dw < 4 - d_u$ ($1.680 < 2,368 < 2.319$) maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi positif.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Oleh karena itu yang akan dilihat dalam penelitian ini nilai *Adjust.R-squared*.

Pada tabel 4.9 menunjukkan nilai *adjust R²* dalam penelitian ini sebesar 0.063736 yang berarti bahwa variabel *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat menerangkan variabel nilai perusahaan sebesar 6.3% sedangkan 93,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini. Artinya bahwa selain variabel *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ada variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan presentase sebesar 93,7%.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program Eviews 10 pada tabel 4.9 bagian *weighted statistics*, nilai Prob (F-Statistic) menunjukkan angka sebesar 0.034831 yang apabila dibandingkan dengan nilai alpha sebesar 5% atau 0.05 adalah lebih kecil sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara statistik variabel *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Melalui uji F ini membuktikan bahwa persamaan regresi yang dibuat adalah layak (fit) sehingga dapat digunakan dalam penelitian dan penelitian ini layak untuk dilanjutkan.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, hasil pengolahan data untuk uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Variabel *Good Corporate Governance (GCG)* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,577097 dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,009. Nilai probabilitas tersebut menunjukkan angka yang lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) yang berarti bahwa variabel *Good Corporate Governance (GCG)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada alpha 5% dengan demikian hipotesis 1 diterima.
2. Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.019640 dan memiliki nilai probabilitas sebesar 0.9346. Nilai probabilitas tersebut menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,05 ($0.9346 > 0,05$) yang berarti variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada alpha 5% dengan demikian hipotesis 2 ditolak.

Pembahasan

Good Corporate Governance (GCG) yang diukur menggunakan kepemilikan institusional selama periode 2013-2017 berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas sebesar 0,009 yang lebih kecil dari nilai α (0.05), dan nilai koefisien sebesar -0,57709 menunjukkan ada hubungan Negatif antara *Good Corporate Governance (GCG)* dengan nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance (GCG)* yang diprosikan dengan kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini relevan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu Damaianti (2019), dan Chasanah dan Laily (2020).

Selain itu hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* selama periode 2013-2017 tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas sebesar 0.9346 yang lebih besar dari nilai α (0.05), dan nilai koefisien sebesar 0.019640 menunjukkan tidak ada pengaruh antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian bertolakbelakang dengan Stacia dan Juniarti (2015), Widati dan Salsiyah (2018), dan Zulaika dan Sihombing (2019) CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan , setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan yang terakhir interpretasi hasil analisis mengenai pengaruh *Good Corporate Governance (GCG)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut : (1) Variabel *Good Corporate Governance (GCG)* yang diprosikan dengan Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan, kepemilikan institusional dari perusahaan pertambangan yang berafiliasi di Indonesia masi merupakan perusahaan-perusahaan keluarga dimana pihak manajemen perusahaan masi bagian dari perusahaan-perusahaan keluarga. Kepemilikan saham oleh pihak institusioanl didominasi oleh pihak-pihak yang tidak independen (beafiliasi satu sama lain) sehingga fungsi kepemilikan institusional sebagai pengawas bagi manajemen tidak

bisa berjalan semestinya walaupun kepemilikan saham oleh pihak institusional tinggi. Semakin tinggi nilai saham kepemilikan institusional maka semakin rendah nilai dari perusahaan; dan (2) Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Alasan tidak berpengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan karena pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan sub sektor pertambangan masih relatif rendah. Hal tersebut dapat dilihat dari item-item yang diungkapkan pada laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan, yang diukur dengan *Global Reporting Initiative (GRI)*. Ada indikasi bahwa perusahaan-perusahaan tersebut belum menganggap bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan akan memberikan nilai positif bagi perusahaan, namun masih sebatas memenuhi kewajiban terhadap pemerintah untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR sesuai dengan UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan yang berdampak langsung terhadap lingkungan untuk melaksanakan kegiatan CSR.

Saran

1. Bagi manajemen perusahaan perlu memperhatikan eksistensi perusahaannya dan lebih serius menerapkan praktik GCG, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan fungsi mekanisme tersebut dalam meningkatkan nilai tambah perusahaan di mata investor dan pihak-pihak pengguna laporan keuangan.
2. Bagi investor dan calon investor agar dapat melihat aspek GCG dan pengungkapan CSR sebagai bahan pertimbangan sebelum berinvestasi.
3. Penelitian selanjutnya dapat meneliti pada perusahaan lain seperti : perusahaan LQ45, perusahaan manufaktur, dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah beberapa variabel untuk mengukur *Good Corporate Governance (GCG)* seperti kepemilikan manajerial, dewan komisaris independent, dan komite audit.

REFERENSI

- Adhima, M. F. (2012). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, UB*, Vol. 1, No. 1. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/133/100>.
- Agoes, S., dan Ardana, I. C.(2009). *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Anwar, S., Haerani, S., dan Pagalung, G. (2010). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham. Skripsi. Universitas Khasanudin Makassar. <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/38fa14eea5a58ca1179442fce7e9d761.pdf>.
- Arief Sugiono & Edi Untung. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12. No.5.
- Chasanah, A. T., dan Laily, N. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Food and Beverages. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 9, No. 7, 1-20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/issue/view/141>.
- Damaianti, I. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonam*, Vol. 1, No. 2, 113-123. <https://doi.org/10.37577/ekonam.v1i2.216>.

- Dani, K. K. (2015). Pengaruh EPS, Struktur Modal, ROE, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Deegan, C. (2004). *Financial Accounting Theory* New South Wales: McGraw-Hill Australia.
- Dowling, J., and Pfeffer, J. 1975. Organizational Legitimacy: Social Values And Organizational Behavior. *Pacific Sociological Journal Review*, Vol. 18, Page. 122-136.
- Jensen, M., C., dan W. Meckling, (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Finance Economic* 3, 305- 360, <http://www.nhh.no/for/courses/spring/eco420/jensenmeckling-76.pdf>.
- Fenandar, I., Gany dan Raharja, S. (2012). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Vol 1, No 2, 01-10. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I . (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure Accounting. *Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 47-77.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hadianto, M. L. (2013). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Pemoderi (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2011). *Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP*.
- Halim, A., dan Hanafi, M. M. (2009). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 4. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Hapsari, A. A. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol. 1, No. 1, 211-222. <http://dx.doi.org/10.24912/jbmi.v1i2.2904>.
- Negara, I. K. (2019). Nalisis Pengaruh Good Corporate Governanceterhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel pemoderasi (Studi Pada Indeks Sri-Kehatyang Listeddi BEI). *Jurnal Magister Manajemen Unram*, Vol. 8, No. 1, 46-61. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i1>.
- Nugroho, M. N., dan Yulianto, A. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan CRS Perusahaan Terdaftar JII 2011-2013. *Accounting Analysis Journal, Accounting Analysis Journal*, Vol. 4, No. 1, 1-12. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaaj>.
- Nurlela, R., dan Islahuddin. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Menejerial sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Retnaningsih, H. (2015). Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Aspirasi*, Vol. 6 No. 2, file:///C:/Users/User/Downloads/512-1069-1-SM.pdf.
- Stacia, E., dan Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan Evelyn Stacia dan Juniarti *Business Accounting Review*, Vol. 3, No. 2, 81-90.
- Tika, M. P. (2012). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, *Tentang: Perseroan Terbatas*. Pasal 74. <https://www.ojk.go.id/>.
- Wardoyo dan Theodora, M. V. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol 4, No. 2, 132-149.
- Widati, S., dan Salsiyah, S. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, Vol. 3, No.1, 44-58. <https://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/akubis/article/view/100>.
- Widiyanti, dkk., (2014). Analisis Efisiensi Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas PT. Pusri Palembang Sebelum Dan Setelah Spin-off Marlina. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 12, No. 4.
- Zulaika, T., dan Sihombing, G. (2019). Pengaruh Corporate Socialresponsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*, 2 (2), 135-165. <http://jaga.fekon.unand.ac.id/index.php/jaga/article/view/27/16>.