

**Pengaruh *Good Corporate Governance, Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap
Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel
Intervening
SKRIPSI**

ACC untuk DIUJIKAN



8 Maret 2021



Ditulis oleh:

Nama : Alisha Yahdianti Mulyadi

Nomor Mahasiswa : 17311227

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA
2020**

**Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Leveraged* dan *Profitabilitas* terhadap
Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel
Intervening
SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh:

Nama : Alisha Yahdianti Mulyadi

Nomor Mahasiswa : 17311227

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya anggap menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Penulis,



Alisha Yahdianti Mulyadi

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Leveraged* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening

Nama : Alisha Yahdianti Mulyadi

Nomor Induk Mahasiswa : 17311227

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Dr. Drs. Sutrisno, M.M.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Disusun Oleh : **ALISHA YAHDIANI MULYADI**
Nomor Mahasiswa : **17311227**

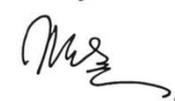
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Selasa, 06 April 2021

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sutrisno, Dr. Drs., M.M.



Penguji : Abdur Rafik, S.E., M.Sc.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Faka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *good corporate governance*, *leveraged* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2019. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah sebagian perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2019. Teknik pengambilan yang di gunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*) dengan menggunakan alat bantu berupa aplikasi SPSS Statistic 21 dan uji sobel. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance*, *Leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh profitabilitas, *Leverage* dan proksi *Good Corporate Governance* yaitu komisaris independen terhadap nilai perusahaan, sedangkan proksi *Good Corporate Governance* yaitu komite audit tidak dapat dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci: *Good Corporate Governance*, Komisaris independen, Komite audit, *Leverage*, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, Nilai perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to know how good corporate governance, leverage and profitability influence firm value with corporate social responsibility as an intervening variable. The population in this study are manufacturing companies that publish financial reports on the Indonesia Stock Exchange during 2015-2019. While the samples in this study were some manufacturing companies that published financial reports on the Indonesia Stock Exchange during 2015-2019. The sampling technique used was purposive sampling. The analytical method used is Multiple Regression Analysis using tools in the form of the SPSS Statistic 21 application and sobel test. The results of this study indicate that Good Corporate Governance, Leverage, and profitability have an effect on firm value. Corporate Social Responsibility can mediate the effect of profitability, leverage and good corporate governance proxies, namely independent commissioners on firm value, while the proxy for good corporate governance, namely the audit committee, cannot be mediated by corporate social responsibility.

Keywords: *Good Corporate Governance, Independent Commissioner, Audit Committee, Leverage, Profitability, Corporate Social Responsibility, Company Value.*

MOTTO

“Dan, janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (drajatnya) jika kamu orang-orang beriman”

(Q.S Ali’Imran : 139)

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya”

(Q.S Ath-Thalaq : 2-3)

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Q.S Al-Mujadalah : 11)

“Saya bukan apa-apa tapi saya harus menjadi segalanya.”

(Karl Marx)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan pada penulis untuk menyusun Skripsi ini dengan judul: “ Pengaruh *Good Corporate Governance, Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini disusun sesuai dengan kurikulum yang berlaku dilingkungan Program Studi Manajemen dan merupakan salah satu bentuk hasil pemecahan permasalahan dalam bidang Ekonomi guna melengkapi perolehan gelar jenjang studi strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan penelitian ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan yang dilimpahkan-Nya kepada penulis selama menulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Kedua orang tua penulis Agus Mulyadi dan Nyi Raden Madyawati, serta dua kakak penulis yaitu Harish Yahdiansyah Mulyadi dan Anisha Yahdiani Mulyadi yang selalu memberikan dukungan doa dan materi kepada penulis.

3. Teman-teman penulis Saffana, Hanny, Afaf, Lala, Hauna, dan Rizqa terimakasih sudah menjadi sahabat yang baik selama berada di Jogja dan terimakasih juga telah mendukung dan memberi semangat kepada penulis.
4. Teruntuk Zaki Muttaqi Abdurrahman teman dari segala teman, terimakasih banyak sudah menjadi pendengar yang selalu ada untuk bercerita dan makasih sudah selalu sabar menghadapi penulis.
5. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, M.M. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini, terima kasih telah membimbing dan memberikan arahan dengan sabar kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang telah mengajarkan ilmu yang tidak ternilai, hingga penulis menyelesaikan studi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Alisha Yahdianti Mulyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.2.1. Nilai Perusahaan.....	11
2.2.2. Good Corporate Governance	13
2.2.3. Leverage.....	15
2.2.4. Profitabilitas	16
2.2.5. Corporate Social Responsibility	18
2.2. Penelitian Tedahulu	24
2.3. Fomulasi Hipotesis	28
2.3.1. Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan ...	28
2.3.2. Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan.....	30

2.3.3.	Pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan	30
2.3.4.	Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.....	31
2.3.5.	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan	32
2.3.6.	Pengaruh Komisaris Independen terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	33
2.3.7.	Pengaruh Komite Audit terhadap Corporate Social Responsibility	34
2.3.8.	Pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility 35	
2.3.9.	Pengaruh profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	35
2.3.10.	Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening ...	36
2.3.11.	Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel intervening	37
2.3.12.	Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel intervening	38
2.3.13.	Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel intervening	39
2.4.	Kerangka Pemikiran	40
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1.	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.2.1.	Variabel Penelitian.....	41
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
3.3.	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.	Metode Analisis Data	45
3.4.1.	Statistik Deskriptif	45
3.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.4.3.	Uji Analisis Regresi Berganda	46
3.4.4.	Uji Koefisien Determinasi	47
3.4.5.	Uji Statistik F	48
3.4.6.	Uji Hipotesis	48
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50

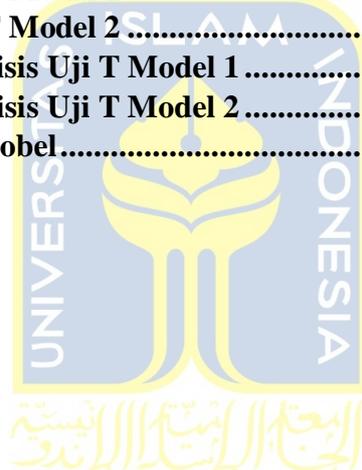
4.1	Analisis Statistik Deskriptif	50
4.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.1.	Hasil Uji Normalitas	54
4.2.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	55
4.2.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
4.2.4.	Hasil Uji Autokorelasi.....	57
4.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
4.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	60
4.5	Hasil Uji F.....	61
4.6	Uji Hipotesis	62
4.6.1.	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)	62
4.6.2.	Hasil Uji Deteksi Pengaruh Variabel <i>Intervening</i> (Sobel Test)	65
4.7.	Pembahasan.....	67
4.7.1.	Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.....	67
4.7.2.	Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai perusahaan	68
4.7.3.	Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan.....	69
4.7.4.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan.....	70
4.7.5.	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan	71
4.7.6.	Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	72
4.7.7.	Pengaruh Komisaris Independen terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	72
4.7.8.	Pengaruh Komite Audit terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	73
4.7.9.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	74
4.7.10.	Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel <i>Intervening</i>	75
4.7.11.	Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel <i>intervening</i>	76
4.7.12.	Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel <i>intervening</i>	77
4.7.13.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel <i>intervening</i>	79
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80

5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		84



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1.....	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas Model 2.....	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Durbin Watson	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Durbin Watson	69
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda Model 1	69
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda Model 2	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2	71
Tabel 4.13 Hasil Uji F Model 1	72
Tabel 4.14 Hasil Uji F Model 2	72
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji T Model 1	73
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji T Model 2	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Sobel.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran53



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	96
LAMPIRAN 2.....	97
LAMPIRAN 3.....	98
LAMPIRAN 4.....	99
LAMPIRAN 5.....	100
LAMPIRAN 6.....	101
LAMPIRAN 7.....	102



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu entitas di suatu negara, perusahaan memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian dengan asumsi untuk dapat mengurangi pengangguran. Berdirinya perusahaan bukan tanpa tujuan, perusahaan mempunyai *long term goals* dan *short term goals*. Tujuan jangka pendek dari suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan atau laba, sedangkan tujuan jangka panjang dari perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dengan nilai perusahaan sebagai cerminan. Nilai perusahaan yang baik tercermin dari harga saham sebuah perusahaan dan sudah terdaftar di dalam bursa *effects*. Investor melakukan penilaian kepada perusahaan dengan mengamati harga saham perusahaan yang sudah *go public*, nilai pemegang saham yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan lebih dipercaya oleh masyarakat (Siahaan, 2013).

Nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009).

Terdapat beberapa teori yang menganalisis tentang faktor-faktor dari nilai perusahaan yang dilakukan oleh Pratiwi dan Rahayu (2015), Astuti,

Wahyudi, Mawardi (2019), Wardoyo dan Veronica (2013), Pratiwi dan Rahayu (2015), dan Wulandari dan Wiksuana (2017). Dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya masih memiliki hasil yang bervariasi karena sampel yang digunakan oleh setiap peneliti berbeda-beda, namun terdapat beberapa variabel yang signifikan dalam memengaruhi nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian sebelumnya yaitu profitabilitas, *Leverage*, *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility*. Variabel-variabel tersebut dipakai oleh peneliti didalam penelitian ini.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Mahendra, 2012: 130) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya board diversity, corporate social responsibility (CSR), good corporate governance, insider ownership, kebijakan hutang, kebijakan deviden, keputusan investasi, keputusan pendanaan, profitabilitas, skala perusahaan, umur perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Wardoyo dan Veronica (2013) menyatakan bahwa ukuran dewan direksi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris dan jumlah anggota komite audit tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Good Corporate Governance menjadi penting di mata para pemegang saham karena adanya pertentangan yang sering terjadi antar para pemegang saham dengan para manajer. Para manajer sering mendahulukan kepentingan pribadi dibandingkan dengan kepentingan para pemegang saham. Maka dari itu, pentingnya *Good Corporate Governance* diterapkan di dalam suatu perusahaan adalah untuk dapat menjaga perusahaan tetap berada dalam visi perusahaan yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran dari para pemegang saham. Berdasarkan keputusan Menteri BUMN Tahun 2002 No. KEP-117M-MBU/2002 tentang penerapan *Good Corporate Governance* terdapat Prinsip-prinsip yang disyaratkan meliputi: Transparansi, Kemandirian, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Kewajaran (*fairness*). Penilaian Investor terhadap suatu perusahaan dilakukan dengan melihat informasi yang ditunjukkan dalam laporan keuangan, dengan kualitas laporan keuangan yang baik maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Purbopangestu & Subowo, 2014). Hal tersebut selaras dengan prinsip dari GCG yaitu Transparansi dan Akuntabilitas.

Penerapan *Good Corporate Governance* dalam suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan karena dalam GCG terdapat asas *transparency* dan *accountability* yang menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki kejelasan dan transparansi yang akan disajikan oleh para investor, dengan kejelasan dan keterbukaan yang diterapkan oleh perusahaan akan meningkatkan rasa aman para investor untuk dapat

berinvestasi di perusahaan tersebut. Hasil penelitian Rehman dan Shah (2013) menunjukkan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Haritati dan Rihatningsih (2015) mengenai independensi dewan komisaris yang memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Che et al. (2008) bahwa nilai perusahaan berpengaruh negative dengan mekanisme GCG. Hal tersebut mendukung penelitian Wardoyo dan Veronica (2013) yang menunjukkan bahwa GCG yang diukur dari jumlah independensi dewan komisaris dan ukuran dewan direksi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Good Corporate Governance juga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang menerapkan *Good Corporate Governance* juga harus menerapkan *Corporate Social Responsibility* karena dalam prinsip GCG perusahaan harus memiliki pertanggungjawaban terhadap proses bisnis yang dilakukan. Perusahaan yang tidak menerapkan CSR maka perusahaan tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai *Good Corporate Governance*. Pernyataan tersebut di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Purbopangestu & Subowo(2014) menyatakan bahwa ke empat proksi dari *Good Corporate Governance* yaitu Kepemilikan manajerial, Kepemilikan institusional, Komisaris independen, dan Komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Corporate Social Responsibility menjadi penting bagi perusahaan karena dengan penerapan CSR perusahaan tidak lagi dipandang hanya berorientasi pada keuntungan semata melainkan juga memikirkan keadaan lingkungan dari perusahaan. Penerapan (CSR) diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih etis dalam menjalankan kegiatan operasionalnya agar tidak berakibat buruk bagi masyarakat dan lingkungan hidup, sehingga kelangsungan operasi perusahaan dapat terjamin di masa yang akan datang. Menurut Gunawan dan Utami (2008) semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya.

Dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, pihak manajemen berusaha mengaplikasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Salah satu indikator bagi investor dalam menilai prospek perusahaan adalah dengan melihat sejauh mana tingkat profitabilitas perusahaan (Tandelilin, 2007). Menurut Saldi (2004) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar perputaran yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Penelitian yang berhubungan dengan keberadaan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Nurmayati (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal serupa dikemukakan oleh Hermuningsih (2013) yang memperlihatkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Susianti dan Yasa (2013) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas juga merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi karena perusahaan menginginkan tidak terjadinya penurunan laba. Jika perusahaan mengacuhkan tentang *Corporate Social Responsibility* akan memengaruhi laba yang akan didapatkan oleh perusahaan akibat dari citra yang didapatkan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Astuti, Wahyudi, Mawardi (2019) dan Dewi dan Sedana (2019) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi oleh profitabilitas kearah positif dan signifikan.

Selain profitabilitas, nilai suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh leverage. Leverage adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibayai oleh utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut, karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak di ambil dan dari mana sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang.

Investor akan melihat jumlah utang perusahaan. Apabila utang perusahaan besar, investor akan mempertimbangkannya terlebih dahulu sebelum melakukan investasi (Fahmi, 2011).

Leverage juga merupakan salah satu faktor yang diindikasikan memengaruhi *Corporate Social Responsibility*. Penerapan *Leverage* dalam perusahaan menyatakan bahwa perusahaan menggunakan hutang sebagai salah satu sumber dana yang digunakan di dalam struktur modal. Penggunaan *Leverage* di dalam perusahaan memengaruhi bagaimana sikap dari perusahaan. Perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi cenderung akan mengurangi penerapan *Corporate Social Responsibility* guna untuk menghindari sorotan dari para *debtholders*. Pernyataan tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019), Ruslim et al(2017) dan Krisna & Suhardianto (2016) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negative terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011) menunjukkan bahwa leverage mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Nurmayasari (2012) yang menyatakan leverage memiliki hubungan positif tidak signifikan dengan nilai perusahaan. Namun hal berbeda disampaikan oleh Sari (2013) yang memperlihatkan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan dari

hasil beberapa penelitian di atas memberikan motivasi untuk melakukan penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 dengan judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Leveraged* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang beserta judul dari penelitian, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*?
- 2) Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*?
- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*?
- 4) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

- 5) Apakah *Good Corporate Governance*, *Leverage*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.
- 2) Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.
- 3) Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.
- 4) Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan nilai perusahaan.
- 5) Untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi antara lain sebagai berikut:

- 1) Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan ilmu pengetahuan kepada peneliti serta peneliti dapat

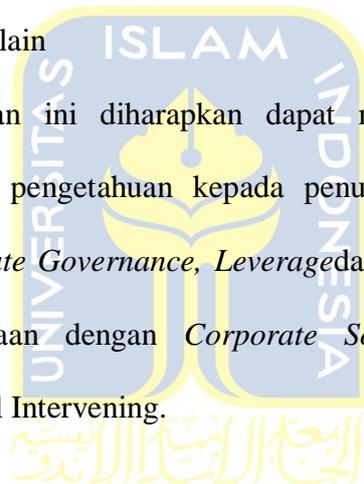
mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII.

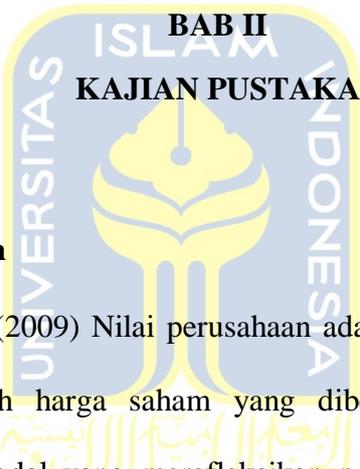
2) Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman bagi perusahaan dalam bidang manufaktur yang ingin meningkatkan nilai perusahaan yang dimiliki dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang memengaruhi nilai perusahaan tersebut.

3) Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa referensi pengetahuan kepada penulis mengenai Pengaruh *Good Corporate Governance, Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening.





BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.2.1. Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2009) Nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Beberapa Indikator yang digunakan dalam penilaian nilai perusahaan diantaranya adalah:

a. PER (Price Earning Ratio)

Menurut Harmono (2009) PER adalah nilai harga per lembar saham, rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings dari perusahaan.

b. PBV (Price Book Value)

Menurut Brigham dan Houston (2018) menyatakan bahwa PBV merupakan rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya. Rasio tersebut memberikan indikasi pandangan investor terhadap perusahaan. Perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman dan terus bertumbuh akan mendapatkan nilai buku yang lebih tinggi.

c. Tobins Q'

Tobins Q' atau Q Ratio diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin yang menyatakan perumusan Tobins Q' yaitu perbandingan nilai pasar aset dengan perkiraan jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mengganti seluruh aset tersebut pada saat ini.

Menurut Harmono (2009), dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (closing price), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhrudin & Hardianto 2001). Nilai perusahaan juga merupakan nilai dari persepsi para investor. Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) dalam Hardiyanti (2012) ada beberapa konsep yang menjelaskan nilai perusahaan antara lain nilai nominal, nilai intrinsik, nilai likuidasi, nilai buku, dan nilai pasar. Nilai nominal yaitu nilai yang telah ditetapkan dalam anggaran dasar perseroan dan berkaitan dengan hukum. Nilai intrinsik adalah nilai fundamental atau nilai saham yang sesungguhnya.

Penentuan nilai intrinsik dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yakni; analisis fundamental dengan menggunakan data keuangan perusahaan, seperti laba, dividen, penjualan, dan sebagainya; atau dengan cara analisis teknikal yang menggunakan data pasar (Harmono, 2009). Nilai likuidasi adalah nilai jual dari total asset yang telah dikurangi dengan kewajiban-kewajiban perusahaan. Nilai buku adalah nilai yang menunjukkan aset bersih yang dimiliki pemegang saham dengan memiliki saham. Nilai buku per saham artinya adalah perbandingan antara modal (common equity) dengan jumlah saham yang beredar (shares 8 outstanding) (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). Nilai pasar adalah harga yang ditentukan oleh pasar pada saat tertentu (Harmono, 2009).

2.2.2. Good Corporate Governance

Menurut Kusmayadi, Rudiana dan Badruzaman (2015, p. 8) Corporate Governance adalah rangkaian proses terstruktur yang digunakan untuk mengelola serta mengarahkan atau memimpin bisnis dan usaha-usaha korporasi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai-nilai perusahaan serta kontinuitas usaha. penerapan *Corporate Governance* dalam sebuah perusahaan memberikan sinyal positif bagi para pemegang saham untuk dapat lebih mempercayai perusahaan. Penerapan *Good Corporate Governance* erat dengan isu *Agency Theory* di mana para karyawan lebih cenderung ingin mengutamakan kepentingan pribadi yang dimilikinya dibandingkan memenuhi kepentingan para pemegang saham.

Berdasarkan keputusan Menteri BUMN Tahun 2002 No. KEP-117M-MBU/2002 tentang penerapan *Good Corporate Governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika. Berdasarkan keputusan Menteri BUMN Tahun 2002 No. KEP-117M-MBU/2002 tentang penerapan *Good Corporate Governance* terdapat Prinsip-prinsip yang disyaratkan meliputi:

1. Transparansi

Transparansi, yaitu keterbukaan dalam melakukan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam menyajikan materi dan informasi yang relevan tentang perusahaan;

2. Kemandirian,

Independensi (kemandirian), yaitu suatu kondisi di mana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh / tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat;

3. Akuntabilitas,

Akuntabilitas, yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban Organ agar pengelolaan perusahaan dilaksanakan secara efektif;

4. Pertanggungjawaban,

Pertanggungjawaban yaitu kesesuaian pengelolaan perusahaan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip korporasi yang sehat;

5. Kewajaran (fairness),

Fairness, yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak stakeholders yang timbul dari kesepakatan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.2.3. Leverage

Menurut Weston dan Copeland (2010), salah satu faktor penting dalam unsur pendanaan adalah hutang (leverage). Solvabilitas (leverage) digambarkan untuk melihat sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Leverage menurut Syamsuddin (2013) adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed cost assets or funds) untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan. Adapun pengertian Leverage menurut Riyanto (2013) adalah sebagai penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar beban tetap. *Leverage* dibagi menjadi dua macam yaitu (1) *Leverage* operasi yaitu

penggunaan aktiva yang menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap berupa penyusutan (2) *Leverage* finansial merupakan penggunaan dana yang menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap berupa bunga. *Leverage* merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mendanai perusahaan melalui pengedaran obligasi. Pemberlakuan *Leverage* dalam suatu perusahaan dapat memengaruhi laba yang akan diterima oleh para pemegang saham. Semakin tinggi *Leverage* yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula laba (devidend) yang akan diterima oleh para pemegang saham, namun hal ini sangat dekat dengan risiko yang akan ditanggung oleh para pemegang saham. Sebaliknya para pemegang obligasi dari perusahaan tersebut tidak akan terkena dampak risiko yang dikhawatirkan terjadi di dalam perusahaan karena dalam obligasi terdapat kewajiban perusahaan untuk memenuhi bunga yang harus dibayarkan terhadap pemegang obligasi sebelum pembayaran devidend terhadap para pemegang saham.

2.2.4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan ekuitas. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan sangat penting bagi investor maupun kreditor. Mai (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu badan usaha untuk menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas dapat diukur dengan berbagai macam variabel

seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Keputusan manajemen untuk berusaha menjaga agar rasio leverage tidak bertambah tinggi mengacu pada pecking order theory menyatakan bahwa perusahaan menyukai internal financing dan apabila pendanaan dari luar (eksternal financing) diperlukan. Maka perusahaan akan menerbitkan sekuritas yang paling aman terlebih dahulu, yaitu obligasi kemudian diikuti sekuritas yang berkarakteristik opsi (seperti obligasi konversi), baru akhirnya apabila belum mencukupi, perusahaan akan menerbitkan saham. Pada intinya apabila perusahaan masih bisa mengusahakan sumber pendanaan internal maka sumber pendanaan eksternal tidak akan diusahakan. Maka dapat disimpulkan rasio leverage yang tinggi menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk mengukur besaran profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Margin Operasi

Margin operasi adalah rasio yang mengukur laba operasi, atau laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dari setiap penjualan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasi dengan penjualan (Brigham dan Houston, 2018).

2. Margin Laba

Margin laba adalah keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan setelah pengurangan pajak dan biaya. Rasio ini dihitung dengan membagi laba neto dengan penjualan (Brigham dan Houton, 2018)

3. Return on Equity (ROE)

ROE adalah kemampuan perusahaan untuk dapat menghitung seberapa besar keuntungan yang menjadi hak dari pemilik modal sendiri. Rasio ini dihitung dengan membagi laba neto dengan ekuitas saham biasa (Brigham dan Houston 2018).

4. Return on Investment (ROI)

ROI yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutupi hasil investasi yang sudah dikeluarkan. Rasio ini mengukur besaran pengembalian yang dapat disediakan perusahaan untuk para investor (Brigham dan Houston, 2018)

5. Return on Total Aset (ROA)

ROA adalah kemampuan dari perusahaan untuk dapat menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. ROA ini dihitung dengan pembagian laba neto dengan total aset (Brigham dan Houton, 2018)

2.2.5. Corporate Social Responsibility

Menurut Untung (2008) Corporate Social Responsibility merupakan sebuah bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat yang berfokus pada keseimbangan antara aspek

ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konsep CSR sangat berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan. Terjaminnya keberlangsungan perusahaan jika perusahaan tersebut melakukan tanggung jawab sosialnya tidak hanya terbatas kepada shareholders, tetapi perusahaan juga wajib memperhatikan aspek sosial dan lingkungan yang menjadi tempat beroperasinya perusahaan tersebut.

Program CSR yang meliputi pengurangan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan merupakan bagian dari upaya dalam pengembangan perusahaan secara berkelanjutan. Hal ini dilakukan untuk membantu perusahaan dalam hal memperbaiki performa keuangan dan akses pada modal, meningkatkan citra perusahaan dan penjualan/layanan jasa, memelihara kualitas kerja, memperbaiki keputusan pada isu-isu kritis, serta menangani risiko secara lebih efisien dan mengurangi biaya jangka panjang.

Manfaat Corporate Social Responsibility

Dalam Sule & Saefullah (2015) dijabarkan berkaitan dengan manfaat-manfaat yang dapat diperoleh apabila melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan :

1. Bagi perusahaan

Munculnya citra positif dari masyarakat akan kehadiran perusahaan di lingkungannya. Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi yang positif bagi masyarakat. Selain membantu perekonomian masyarakat, perusahaan juga akan dianggap

bersama masyarakat membantu dalam mewujudkan keadaan yang lebih baik di masa yang akan datang. Akibatnya, perusahaan justru akan memperoleh tanggapan yang positif setiap kali akan menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Perusahaan tidak saja dianggap sekadar menawarkan produk untuk dibeli masyarakat, tetapi juga dianggap menawarkan sesuatu yang akan membawa perbaikan bagi masyarakat.

2. Bagi masyarakat

Manfaat bagi masyarakat dari tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan selain beberapa kepentingan masyarakat diperhatikan oleh perusahaan, masyarakat juga akan mendapatkan pandangan baru mengenai hubungan perusahaan dan masyarakat yang barangkali selama ini hanya sekedar dipahami sebagai hubungan produsen-konsumen, atau hubungan antara penjual dan pembeli saja. Masyarakat akan memiliki pandangan baru bahwa hubungan antara masyarakat dan dunia bisnis perlu diarahkan untuk kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Hubungan masyarakat dan dunia bisnis tak lagi dipahami sebagai hubungan antara pihak yang mengeksploitasi dan pihak yang tereksploitasi, tetapi hubungan kemitraan dalam membangun masyarakat lingkungan yang lebih baik. Tidak hanya di sektor perekonomian, tetapi juga dalam sektor sosial, pembangunan, dan lain-lain.

3. Bagi pemerintah

Manfaat sebagai pemerintah dengan adanya tanggung jawab sosial dari pemerintah juga sangatlah jelas. Pemerintah pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai wasit yang menetapkan aturan main dalam hubungan masyarakat dengan dunia bisnis, dan memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya. Pemerintah sebagai pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat ke arah yang lebih baik akan mendapatkan partner dalam mewujudkan tatanan masyarakat tersebut. Sebagian tugas pemerintah dapat dijalankan oleh anggota masyarakat, dalam hal ini perusahaan atau organisasi bisnis.

Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Mahoney dikutip dari buku Keraf (1998) melalui orasinya berhasil mengilhami definisi dari ruang lingkup praktek CSR di Indonesia yang terinci sebagai berikut :

1. Pertama, keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas. Sebagai salah satu bentuk dan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan diharapkan untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang terutama berguna bagi masyarakat. Terutama yang paling disorot ialah keterlibatan sosial perusahaan dalam memecahkan masalah ketimpangan sosial dan ekonomi.
2. Kedua, keuntungan ekonomis. Artinya perusahaan punya tanggung jawab moral dan sosial untuk mengejar keuntungan ekonomi karena hanya

dengan itu perusahaan dapat bertahan dan semua pihak terkait dalam hal ini semua stakeholder dapat dipenuhi hak dan kepentingannya.

3. Ketiga, memenuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat. Sebagai bagian integral dari masyarakat, perusahaan punya kewajiban dan kepentingan juga untuk menjaga ketertiban dan keteraturan sosial agar semua tetap bisa berjalan dengan baik.
4. Keempat, hormat pada hak dan kepentingan stakeholders yang memiliki kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis perusahaan. Sedangkan Schermerhorn dalam Chung et al (2015) menyebutkan bahwa dimensi atas tanggung jawab social perusahaan terdiri atas aspek-aspek berikut ini :
 - i. Philanthropic Responsibility
 - ii. Ethical Responsibility
 - iii. Legal Responsibility (Consumer Protection)
 - iv. Economic Responsibility

Selain itu terdapat terdapat juga pemaparan Leonard & McAdam dalam Sridar & Ganesha (2016) yang turut menjelaskan aspek-aspek yang tercakup dalam ruang lingkup CSR :

- (a) aspek lingkungan
- (b) hak asasi manusia
- (c) masalah karyawan termasuk lingkungan kerja

- (d) tata kelola organisasi
- (e) isu-isu pasar konsumen perusahaan
- (f) pembangunan sosial
- (g) keterlibatan masyarakat
- (h) etika dan nilai-nilai perusahaan

Dalam pelaksanaan CSR harus sesuai dengan konsep triple bottom lines yang terdiri dari:

a. Profit

Pada saat perusahaan menjalankan program CSR, perusahaan juga tentunya harus berorientasi agar mendapatkan keuntungan yang maksimal agar perusahaan dapat terus beroperasi. Keuntungan yang didapatkan tersebut salah satunya akan digunakan untuk kegiatan CSR.

b. People

Program CSR memiliki tujuan salah satunya yakni untuk pemberdayaan masyarakat atau orang-orang disekitar perusahaan. Perusahaan dapat berkontribusi pada masyarakat sekitarnya dengan berbagai cara, salah satunya yakni perusahaan dapat menggunakan tenaga kerja masyarakat sekitar agar dapat meningkatkan kondisi perekonomian mereka.

c. Planet

Selain bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitar, program CSR juga harus bertanggung jawab atas lingkungan sekitar seperti

mengantisipasi dampak yang diberikan akibat aktivitas operasi perusahaan. Dengan perusahaan melakukan kegiatan CSR yang berbasis pada lingkungan maka perusahaan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Bradshaw dan Vogel (1981) berpendapat dan menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari garis besar ruang lingkup CSR yaitu:

- 1) Corporate Philanthropy adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola amal tersebut.
- 2) Corporate Responsibility adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- 3) Corporate Policy memiliki kaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

2.2. Penelitian Tedahulu

Indriana Damaianti (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, dan Leverage

terhadap Nilai Perusahaan” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Good Corporate Governance (GCG), profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan di perusahaan sektor pertambangan. Sampel dalam penelitian ini perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 yaitu sebanyak 41 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel Good Corporate Governance (GCG) yang diproksikan dengan menggunakan dewan direksi yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Okta Windasari dan Ikhsan Budi Riharjo (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan” yang bertujuan untuk menemukan bukti empiris tentang pengaruh mekanisme good corporate governance, tingkat profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan, pengaruh mekanisme good corporate governance dan tingkat profitabilitas terhadap corporate social responsibility, pengaruh mekanisme good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening, pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening. Sampel dalam penelitian sebanyak 37 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang tahun 2011-2014. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa bahwa good corporate governance dan corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Good corporate governance berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap corporate social responsibility.

Hary Wisnu Purbopangestu dan Subowo (2014) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening” yang bertujuan untuk menguji pengaruh good corporate governance (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel intervening. Sampel dalam penelitian ini adalah 16 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan komisaris independen berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh. CSR bukan merupakan variabel intervening dalam pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.

Fitra Dwi Rahmadani dan Sri Mangesti Rahayu (2017) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada

Perusahaan yang Terdaftar Pada BEI Periode 2013-2015)” yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Profitabilitas dan Leverage mempengaruhi nilai perusahaan. Sampel dalam penelitian ini perusahaan perbankan yang terdaftar dalam BEI pada periode 2013-2015. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas (GCG, Profitabilitas dan Leverage) secara bersama-sama mempengaruhi secara signifikan variabel terikat (nilai perusahaan). Hasil uji T menyatakan variabel Good Corporate Governance (GCG) tidak mempengaruhi variabel nilai perusahaan. Variabel Profitabilitas mempengaruhi variabel nilai perusahaan secara positif signifikan. Variabel leverage berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan secara signifikan.

Ery Yanto (2018) melakukan penelitian dengan judul “*Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables*” yang bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tata kelola perusahaan yang baik terhadap nilai perusahaan terhadap profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Sampel dalam penelitian ini 91 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan dan tata kelola perusahaan yang dimoderasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Bernad Engelberd Niron dan Dwi Nita Aryani. (2018) melakukan penelitian dengan judul “*Good Corporate Governance on Corporate Social Responsibility with Profitability, Size and Leverage as Moderating Variables (case study at Regional Development Banks in Indonesia)*” yang bertujuan untuk menguji pengaruh good corporate governance (GCG) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dengan profitabilitas, ukuran dan leverage sebagai variabel moderasi pada Bank Pembangunan Daerah (BPD) di Indonesia. Sampel dalam penelitian ini 15 BPD yang menerbitkan laporan tahunan, laporan GCG dan CSR di atas tahun 2011-2015. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa GCG mempengaruhi CSR. Size, Leverage dan Profitability masing-masing tidak mampu memoderasi hubungan antara GCG dan CSR. Ukuran, Leverage, dan ROE secara agregat mempengaruhi CSR.

2.3.Fomulasi Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan

Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan adalah sistem pengawasan dan pengendalian perusahaan, dengan harapan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan bagi pemegang saham. Investor mengevaluasi perusahaan dengan membaca informasi yang terdapat dalam laporan keuangan. Laporan

keuangan yang berkualitas akan mengapresiasi nilai perusahaan (Purbopangestu & Subowo, 2014). Penerapan *Good Corporate Governance* dalam suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut karena dalam GCG terdapat asas *transparency* dan *accountability* yang menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki kejelasan dan transparansi yang akan disajikan oleh para investor, dengan kejelasan dan keterbukaan yang diterapkan oleh perusahaan akan meningkatkan rasa aman para investor untuk dapat berinvestasi di perusahaan tersebut.

Penelitian Purbopangestu dan Subowo (2014) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* memiliki empat indikator evaluasi yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit. Firm Value tidak dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial. Firm value tidak dipengaruhi oleh Kepemilikan institusional. Firm value dipengaruhi oleh komisaris independen. Firm value tidak dipengaruhi oleh Komite audit. Sejalan dengan hal tersebut penelitian yang dilakukan oleh Siahaan (2012) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* yang diprosikan oleh proportion of independent berpengaruh pada firm value sedangkan, board size maupun audit committee tidak memengaruhi nilai perusahaan. Ramadhani, (2018) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* yang diprosikan oleh Corporate Governance Preception Index memengaruhi nilai perusahaan.

H1: Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2. Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan

Komite audit bertujuan untuk menjaga kredibilitas perusahaan dengan mengawasi proses pembentukan laporan-laporan seputar perusahaan seperti laporan keuangan dan tanggung jawab sosial. Komite audit merupakan salah satu proksi dari *Good Corporate Governance* yang mana menghasilkan asas dari GCG yaitu transparansi. Frekuensi pertemuan yang tinggi dalam komite audit akan menyebabkan intensnya pembicaraan mengenai benturan kepentingan di dalam perusahaan, sehingga pasar menganggap keberadaan komite audit merupakan faktor yang mereka pertimbangkan dalam mengapresiasi nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sondokan et al., (2019), Lidyah et al., (2019), Nasution et al., (2018) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh komite audit.

H2: Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.3. Pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan

Indriana Damaianti (2019) menyatakan leverage dapat dipahami sebagai risiko yang melekat pada perusahaan. Artinya, semakin besar leverage yang dimiliki perusahaan akan memberikan risiko investasi yang besar juga. Semakin rendah leverage yang dimiliki perusahaan maka memiliki risiko leverage yang lebih kecil. Kenaikan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh penerapan *Leverage* di dalam perusahaan yaitu dikarenakan pembayaran bunga atas hutang yang diakibatkan oleh penerbitan obligasi akan mengurangi jumlah pajak yang akan dibayarkan

oleh perusahaan, pengurangan pajak akan berpengaruh terhadap laba yang akan diterima oleh investor akan lebih besar, kenaikan laba akan menarik perhatian dari investor yang mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan ditemukan oleh Dwi Nita Aryani. (2018) Utama & Lisa (2018) dan Setiawati & Lim (2018) dengan menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis:

H3: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.4. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Perusahaan yang memperoleh keuntungan besar, berhubungan juga dengan kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya sehingga berdampak kepada nilai perusahaan yang semakin meningkat. Menurut Ikhsan Budi Riharjo (2017) apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Hal tersebut sebagaimana yang dijelaskan dalam signaling theory, profitabilitas yang baik dapat menjadi sinyal positif untuk para investor dalam mengambil keputusan investasinya. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imron, et al (2016), Pratama dan Mustanda (2016); Anindita dan Yuliati (2017); Ayu dan Suarjaya (2017) yang memperoleh hasil penelitian bahwa

profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.5. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan

Konsep CSR melibatkan tanggungjawab kemitraan bersama antara perusahaan, pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat. Dengan adanya kebijakan mengenai kegiatan CSR, manajer berkeinginan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Sesuai dengan teori legitimasi yang menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, serta memastikan bahwa aktifitas mereka diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”. Pada akhirnya legitimasi melalui aktivitas CSR ini akan mengurangi konflik kepentingan diantara manajer, pemegang saham dan stakeholder dan juga sangat membantu dalam membangun sebuah citra positif diantara para stakeholder Sri Mangesti Rahayu (2017). Citra perusahaan yang positif akan membuat perusahaan lebih bernilai dan lebih menjanjikan dalam memberikan tingkat pengembalian yang stabil sehingga dapat menarik investor. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitra Dwi Rahmadani (2017) dimana CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H5: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.6. Pengaruh Komisaris Independen terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut Purbopangestu & Subowo(2014) Pemegang saham perusahaan terdiri dari dua pemilik, yaitu saham yang dimiliki oleh manajer dan lembaga (institusi). Kepemilikan saham ini merupakan faktor utama dalam mekanisme tata kelola perusahaan yang mempunyai kekuatan untuk mengontrol keputusan atau kebijakan yang akan diambil oleh perusahaan. Dengan kepemilikan yang jelas pemegang saham perusahaan diharapkan dapat menerapkan *Corporate Social Responsibility* di dalam perusahaan karena GCG memiliki asas pertanggung jawaban. Jika pemegang saham tidak menerapkan CSR di dalam perusahaan maka perusahaan tersebut tidak bisa dikategorikan sebagai *Good Corporate Governance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Purbopangestu & Subowo(2014) menyatakan CSR tidak dipengaruhi oleh empat proksi dari *Good Corporate Governance* yaitu Komite audit, Komisaris independen, Kepemilikan manajerial, dan Kepemilikan institusional. Penelitian Ramdhaningsih & Utama(2013) dan (Azhar L, 2014) menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang terdiri dari variable

dewan komisaris, komisarisindependen, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak dapat mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan.

H6:Komisaris Independenberpengaruh positif terhadap Corporate Social Reponsibility.

2.3.7. Pengaruh Komite Audit terhadap Corporate Social Responsibility

Keberadaan komite audit dalam perusahaan memiliki peranan tersendiri yaitu membantu dewan komisaris dalam melaksanakan tugasnya yaitu melakukan pengawasan dalam perusahaan. Komite audit bertugas untuk menjaga laporan dari perusahaan yang berkaitan dengan GCG terpenuhi dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, salah satu laporan yang perlu diawasi oleh komite audit yaitu laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), di mana CSR memenuhi asas dar GCG yaitu Transparansi dan Responsibility. Dengan pernyataan di atas semakin banyak rapat yang dilakukan oleh komite audit akan memengaruhi seberapa banyak informasi yang akan disajikan perusahaan terhadap publik. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir et al., (2010), Djuitaningsih & Marsyah, (2012) dan Rivandi & Putri, (2019)menyatakan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap Corpoarate Social Responsibility.

H7: Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.8. Pengaruh Leverage terhadap Corporate Social Responsibility

Leverage merupakan ukuran dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang dimilikinya baik kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek atau mengukur seberapa jauh perusahaan di biayai oleh hutang dalam kegiatan operasinya. Penerapan *Leverage* dalam perusahaan menyatakan bahwa perusahaan memiliki sumber modal yang berasal dari hutang dalam struktur modalnya. Penerapan *Leverage* dalam perusahaan akan membuat perusahaan lebih menjaga tindakan yang akan dilakukan seperti penerapan *Corporate Social Responsibility* untuk mengurangi sorotan dari para *Debt holder* perusahaan dan berusaha menyampaikan lebih banyak informasi untuk mengurangi monitoring cost. Pernyataan tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, (2014), Saputra, (2016) dan Wedhana Purba & Yadnya, (2015) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

H8: Leverage berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility

2.3.9. Pengaruh profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan pengertian dari profitabilitas. Profitabilitas dari suatu perusahaan menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh para investor karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mengisyaratkan bahwa perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab perusahaan terhadap para

shareholder yaitu memakmurkan para pemegang saham. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi juga tidak terlepas dari tanggung jawab sosial perusahaan di mana perusahaan harus mengalokasikan laba yang didapatkan perusahaan ke dalam penerapan CSR di dalam perusahaan. Perusahaan tidak bisa mengacuhkan penerapan CSR di dalam perusahaan karena akan memengaruhi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Selaras dengan pernyataan di atas penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019), Ruslim et al.(2017) dan Astuti et al.(2019) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

H9: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility

2.3.10. Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening

Penerapan Good Corporate Governance yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk melakukan pengawasan dari sistem operasi dari perusahaan tersebut. Penerapan *Corporate Social Responsibility* di dalam suatu perusahaan merupakan suatu bentuk penerapan dari asas GCG yaitu *responsibility* dan *transparancy* yang mengarahkan perusahaan untuk peduli dengan lingkungan di sekitar perusahaan. Dengan pelaksanaan CSR yang tepat seiring berjalannya suatu perusahaan, perusahaan akan memperoleh citra positif dari para *stakeholder* yang pada akhirnya akan memengaruhi nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* diproksikan dalam komisaris independen.

Penelitian yang dilakukan oleh Munir et al.,(2010), Krisna & Suhardianto, (2016) yang menunjukkan bahwa komisaris independen dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening.

H10: Komisaris Independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Coporate Social Responsibility sebagai variabel Intervening

2.3.11. Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening

Komite audit bertugas untuk menjamin pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan memiliki banyak informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat atau terjadinya transparansi atas kegiatan usaha yang telah dilakukan perusahaan baik dalam laporan keuangan maupun laporan pengungkapan pertanggung jawaban sosial. Perusahaan yang melakukan pelaporan yang terbuka terhadap masyarakat akan meningkatkan nilai perusahaan sekaligus memenuhi asas *Good Corporate Governance* yang harus dimilikidalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu Transparency. Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan pengawasan yang baik dari komite audit akan memengaruhi laporan pertanggung jawab yang akhirnya akan memengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Munir et al.,(2010), Krisna & Suhardianto, (2016) yang menunjukkan bahwa komite audit dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening.

H11: Komite Audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel Intervening

2.3.12. Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening

Menurut Dewi dan Suputra (2019) *Leverage* merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk memenuhikewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, atau mengukur seberapa jauh operasi perusahaan dibiayai oleh hutang. Pemberlakuan *Leverage* di dalam perusahaan menyatakan bahwa perusahaan memiliki ketergantungan terhadap hutang yang diberikan oleh para *debt holder*. Para *Debt holder* bukan berarti tidak memikirkan keberlangsungan perusahaan karena mereka akan menjadi pihak pertama yang akan mendapatkan pengembalian dari perusahaan yang menerbitkan obligasi jika perusahaan mengalami kebangkrutan dibandingkan para *shareholders*. Keberlangsungan perusahaan erat dengan penerapan CSR di dalam perusahaan tersebut karena perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial bagi masyarakat dan lingkungan sekitar dari perusahaan. Citra positif maupun negatif yang didapatkan dari para masyarakat akan memengaruhi nilai perusahaan. Pernyataan tersebut di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wiksuana (2017),

Nadillah(2017) dan Jayanti dan Suputra (2015) yang menunjukkan bahwa *Leverage* dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening

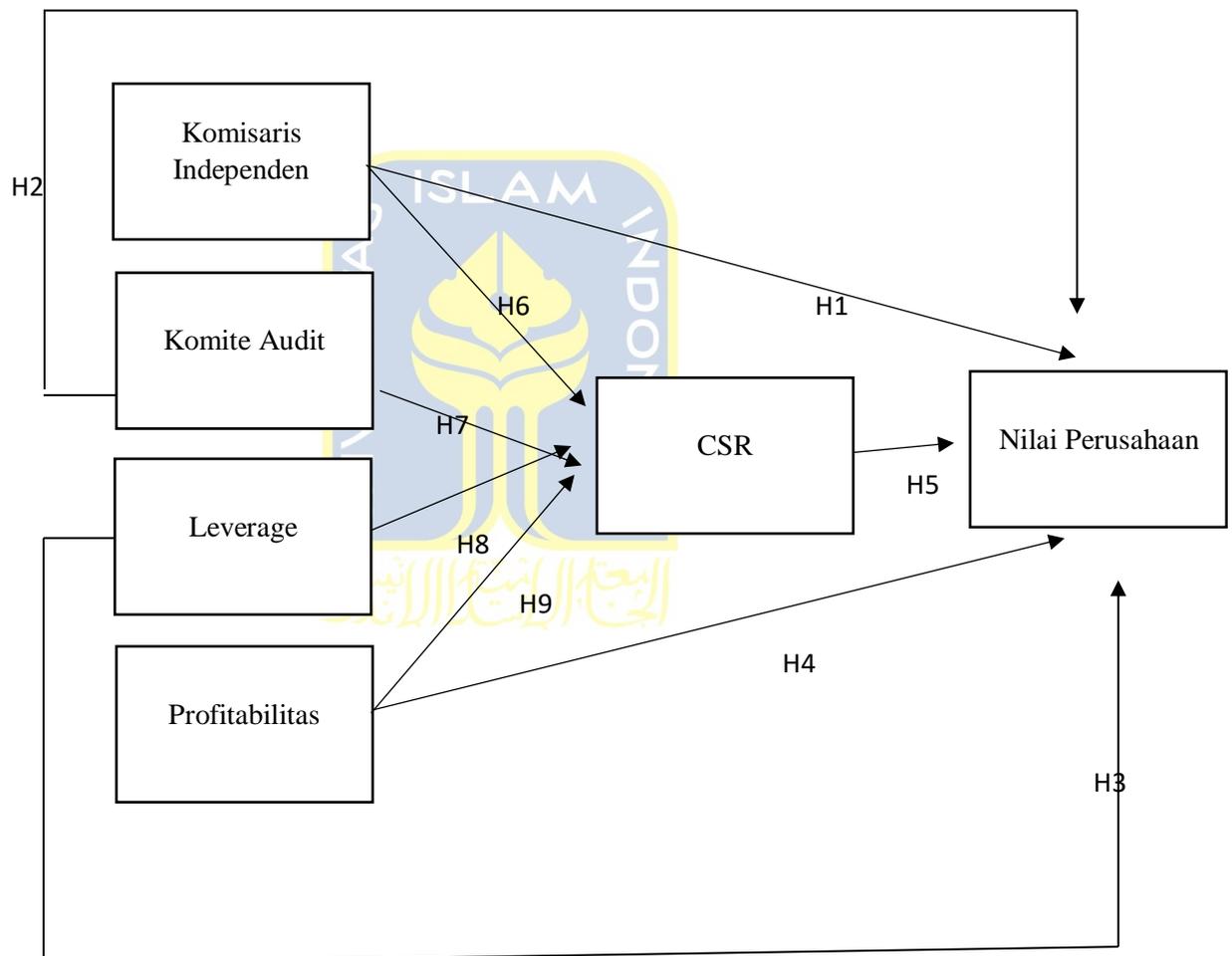
H12: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening

2.3.13. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau laba dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Dewi dan Suputra (2019) Peningkatan nilai perusahaan tidak selalu datang dari tingkat profitabilitas yang tinggi, karena jika perusahaan memperdulikan lingkungan maka akan dianggap lebih memperhatikan kinerja perusahaan kedepannya atau keberlangsungan jangka panjang perusahaan, sehingga memberikan kesan positif bagi investor. Peningkatan profitabilitas perusahaan dapat diartikan bahwa perusahaan juga mengalami peningkatan laba. Peningkatan laba perusahaan dapat digunakan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* di lingkungan sekitar perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Suputra(2019), Wulandari & Wiksuana(2017) dan Pramana & Mustanda(2016) menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh

profitabilitas dengan variabel mediasi yaitu *Corporate Social Responsibility*.

H13: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening



2.4. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purpose sampling* adalah suatu metode penentuan sampel penelitian dengan menggunakan pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh dapat mewakili kriteria yang dipilih. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019 berturut-turut.

3.2. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Good Corporate Government*(Komisaris Independen) (X1), Komite Audit (X2), Leverage (X3), dan Profitabilitas (X4).
- b. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan (Y).
- c. Variabel intervening dalam penelitian ini yaitu Corporate Social Responsibility (Z)

3.2.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.2.1. *Good Corporate Governance (X1)*

Good Corporate Governance merupakan suatu parameter dalam menjalankan bisnis apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip yang terdapat dalam perundang-undangan. GCG perusahaan dapat diukur dengan menggunakan 4 pengukuran yaitu kepemilikan menajerial, kepemilikan institusional komisaris independen, dan komite audit. Tetapi dalam penelitian ini menggunakan proksi Komisaris Independen dan Komite Audit. Masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

a. Komisaris Independen

Komisaris Independen adalah komisaris yang bertindak independen sehingga pelaksanaannya tidak dipengaruhi oleh pihak lain

$$\text{Komisaris independen} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

b. Komite Audit

Komite Audit merupakan organ tambahan dalam pelaksanaan GCG perusahaan untuk menjaga kredibilitas dan kualitas dalam pelaporan keuangan perusahaan.

Menjumlahkan rapat yang dilakukan komite audit

Dalam penelitian ini peneliti hanya akan menggunakan pengukuran komisaris Independen dan komite audit sebagai proksi dari GCG.

3.2.2.2.Leverage(X2)

Leverage merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam mendanai perusahaannya menggunakan Obligasi. Dalam penelitian ini *Leverage* di proyeksikan dengan *Debt to equity Ratio* (DER). DER dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang perusahaan} \times 100\%}{\text{Total Ekuitas Perusahaan}}$$

3.2.2.3.Profitabilitas (X3)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau laba dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan ROA sebagai proyeksi dari profitabilitas. Menurut Brigham dan Houston (2018) menyatakan bahwa ROA adalah rasio laba neto terhadap total asset.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah pajak} \times 100\%}{\text{Total Aktiva}}$$

3.2.2.4.Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang nilai yang terdapat dari suatu perusahaan dengan perkiraan harga saham. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan yang menggunakan Tobin's Q seperti yang ditemukan dalam studi Astuti, Wahyudi, dan Mawardi (2018) adalah:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{EMV} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan :

EMV : Harga Per Lembar Saham x Jumlah Saham Beredar

DEBT : Total Hutang

TA : Total Aset

3.2.2.5. *Corporate Social Responsibility (Z)*

Tingkat pengungkapan CSR perusahaan adalah ukuran yang dipakai untuk menyatakan proporsi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan pada laporan tahunan perusahaan. Perangkat pengukuran yang digunakan yaitu sebanyak 91 item indikator, berdasarkan panduan GRI G4. Pengukuran CSR bisa dilakukan dengan menggunakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial untuk setiap perusahaan diperoleh dengan:

- Skor 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item indikator pada daftar pertanyaan.
- Skor 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item indikator pada daftar pertanyaan.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan skor yang diharapkan bisa meraih maksimal dapat diperoleh perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini skor maksimal yang dapat diraih pada angka 91.

$$CSR = \frac{\text{Jumlah skor pengungkapan tanggung jawab sosial}}{\text{Jumlah skor maksimal}}$$

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder sendiri dapat diartikan sebagai data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden. Data sekunder berasal dari laporan tahunan perusahaan yang digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan dan kinerja operasional perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara konsisten pada periode 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari www.idx.com atau situs Bursa Efek Indonesia, website perusahaan terkait dan www.yahoofinance.com untuk mengetahui harga saham masing-masing perusahaan. Data CSR diperoleh dari laporan perusahaan pada [idx.com](http://www.idx.com) lalu dikaitkan dan disesuaikan dengan panduan indikator GRI-G4.

3.4. Metode Analisis Data

3.4.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu metode yang mampu menunjukkan gambaran data yang dilihat berdasarkan mean, standar deviasi, nilai maksimum serta minimum untuk setiap variabel.

3.4.2. Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

3.4.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas biasa digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi antar variabel independen akan mengakibatkan terganggunya hubungan antara variabel independen dan dependen.

3.4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan metode scatter plot dengan cara memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya)

3.4.2.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Dalam penelitian ini uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson*.

3.4.3. Uji Analisis Regresi Berganda

Menurut Bougie dan Sekaran (2013) menyatakan bahwa Uji Analisis Regresi Berganda yaitu untuk melihat pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yaitu suatu uji analisis regresi berganda yang melihat interaksi antar variabel bebas dengan variabel terikat yang di pengaruhi oleh variabel moderator.

Menurut Sugiyono (2007), bahwa variabel intervening yaitu sebuah variabel yang secara teoritis memengaruhi hubungan yang terjadi diantara variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (Independen) menjadi hubungan tidak langsung tidak bisa diukur dan diamati. Dari pernyataan tersebut dapat di artikan bahwa pengaruh dari variabel intervening dapat dikatakan mampu memperlemah dan memperkuat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

Bedasarkan pernyataan di atas penelitian menggunakan model dengan rumusan sebagai berikut:

1. Model regresi 1

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_6 Z + e \dots (2)$$

2. Model regresi 2

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots (1)$$

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

X1 = *Good Corporate Governance*

X2 = Leverage

X3 = Profitabilitas

Z = *Corporate Social Responsibility*

3.4.4. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi yaitu antara 0 hingga 1, jika koefisien determinasi menunjukkan angka mendekati 1 maka mengindikasikan bahwa terdapat korelasi yang kuat dalam variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Sedangkan jika angka mendekati 0 maka korelasi yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen lemah.

3.4.5. Uji Statistik F

Uji Statistik F berfungsi untuk menguji kelayakan dari model regresi yang diajukan. Kelayakan model regresi dapat dinilai menggunakan Uji ANOVA, atau dengan kata lain Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dapat diukur dengan melihat perbandingan antara tingkat signifikansi yaitu sebesar 5% dengan p-value. Jika $p\text{-value} < 5\%$ maka dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel independen memengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika $p\text{-value} > 5\%$ maka variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

3.4.6. Uji Hipotesis

3.4.6.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T) digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel independen (*profitabilitas, Good Corporate Governance, Leverage, Corporate Social Responsibility*) terhadap variabel dependen (Nilai perusahaan). Untuk mendeteksi uji statistik T dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel atau dengan melihat dari signifikansinya.

3.4.6.2. Uji Deteksi Pengaruh Variabel Intervening (Sobel Test)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Variabel intervening yaitu *Corporate Social Responsibility*, untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen *Leverage*, *Profitabilitas*, dan *Good Corporate Governance* terhadap Variabel independent yaitu Nilai perusahaan dapat meningkatkan signifikansi pengaruh dari kedua variabel tersebut. Pengujian hipotesis yang memiliki variabel intervening dapat menggunakan Uji Sobel (Sobel Test) yang dikembangkan oleh Sobel tahun 1982. Uji Sobel digunakan untuk menilai pengaruh tidak langsung antara variabel independen dengan variabel dependen melalui variabel intervening.

Uji Sobel (Sobel Test) dapat dilakukan dengan cara menghitung pengaruh tidak langsung antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z), perhitungan tersebut dilakukan dengan mengalikan jalur pengaruh X terhadap Z (a) dengan jalur Z terhadap Y (b) atau ab . Jadi koefisien $ab = (c - c')$, di mana c adalah pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y tanpa mengontrol Variabel Z, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y setelah mengontrol Variabel Z. Standard error koefisien a dan b diprosikan dengan S_a dan S_b , besarnya standard error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) S_{ab} dihitung dengan rumus di bawah ini:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab 4 ini, penulis menggunakan analisis data yang telah dikumpulkan dan memberikan penjelasan tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan bukti empiris pengaruh *good corporate governance*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening.

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini dilakukan uji statistik deskriptif untuk mendeskripsikan variabel dalam penelitian. Uji Analisis Deskriptif dilakukan terhadap Komite Independen, Komite Audit, Leverage, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan. Hasil pengujian analisis deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut

Tabel 0.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komisaris Independen	125	.20	.67	.4138	.09988
Komite Audit	125	3.00	38.00	7.5200	6.33424
Leverage	125	-3.6400	27.1900	1.092800	2.7013096
Profitabilitas	125	-.3800	.3000	.054560	.0978437
CSR	125	.0440	.5604	.242286	.0984861
Nilai Perusahaan	125	.3041	12.9624	1.797359	2.0026587
Valid N (listwise)	125				

Dari hasil analisis statistic deskriptif pada Tabel 4.1 di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Nilai minimum komisaris independen adalah sebesar 0,20 yang diperoleh PT Fajar Surya Wisesa Tbk. Hal ini dapat diartikan bahwa komisaris independent perusahaan paling rendah di antara perusahaan sampel adalah sebesar 0,20. Sedangkan nilai maksimum komisaris independent adalah sebesar 0,67 yang diperoleh PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk. Hal ini dapat diartikan bahwa komisaris independent perusahaan paling tinggi di antara perusahaan sampel adalah sebesar 0,67. Nilai rata-rata komisaris independent perusahaan tahun 2015-2019 adalah sebesar 0,4138 dengan standar deviasi sebesar 0,09988. Nilai rata-rata tersebut dapat diartikan bahwa tingkat komisaris independent adalah sebesar 41,38% sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0,09988 dapat diartikan bahwa tingkat ukuran penyebaran data variabel komisaris independent adalah sebesar 0,09988.
2. Nilai minimum komite audit adalah sebesar 3 yang diperoleh PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai terendah dari seluruh data yaitu sebesar 3. Kemudian nilai maksimum komite audit adalah sebesar 38 yang diperoleh PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai tertinggi dari seluruh data yaitu sebesar 38. Nilai rata-rata komite audit tahun 2015-2019 adalah sebesar 7,5200 sedangkan nilai

deviation standard senilai 6,33424. Hasil rata-rata ini dapat disimpulkan komite audit berada pada angka 7,5200.

3. Nilai minimum leverage adalah sebesar -3,6400 yang diperoleh PT Central Proteina Prima Tbk pada tahun 2017. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai terendah dari seluruh data yaitu sebesar -3,6400. Kemudian nilai maksimum leverage adalah sebesar 27,1900 yang diperoleh PT Central Proteina Prima Tbk pada tahun 2016. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai tertinggi dari seluruh data yaitu sebesar 27,1900. Nilai rata-rata leverage tahun 2015-2019 adalah sebesar 1,092800 sedangkan nilai *deviation standard* senilai 2.7013096. Hasil rata-rata ini dapat disimpulkan leverage berada pada angka 1,092800.
4. Nilai minimum profitabilitas adalah sebesar -0,3800 yang diperoleh PT Central Proteina Prima Tbk. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai terendah dari seluruh data yaitu sebesar -0,3800. Kemudian nilai maksimum profitabilitas adalah sebesar 0,300 yang diperoleh PT HM Sampoerna Tbk. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai tertinggi dari seluruh data yaitu sebesar 0,300. Nilai rata-rata profitabilitas tahun 2015-2019 adalah sebesar 0,054560, sedangkan nilai *deviation standard* senilai 0,0978437. Hasil rata-rata ini dapat disimpulkan profitabilitas berada pada angka 0,054560.
5. Nilai minimum CSR adalah sebesar 0,0440 yang diperoleh PT Kedaung Indah Can Tbk. Hal ini dapat diartikan bahwa CSR perusahaan paling

rendah di antara perusahaan sampel adalah sebesar 0,0440. Sedangkan nilai maksimum CSR adalah sebesar 0,5604 yang diperoleh PT Kimia Farma Tbk. Hal ini dapat diartikan bahwa CSR perusahaan paling tinggi di antara perusahaan sampel adalah sebesar 0,5604. Nilai rata-rata CSR perusahaan tahun 2015-2019 adalah sebesar 0,4138 dengan standar deviasi sebesar 0,242286. Nilai rata-rata tersebut dapat diartikan bahwa tingkat tanggung jawab perusahaan adalah sebesar 24,2286% sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0,0984861. dapat diartikan bahwa tingkat ukuran penyebaran data variabel CSR adalah sebesar 0,0984861.

6. Nilai minimum nilai perusahaan adalah sebesar 0,3041 yang diperoleh PT Intanwijaya Internasional Tbk. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai terendah dari seluruh data yaitu sebesar 0,3041. Kemudian nilai maksimum nilai perusahaan adalah sebesar 12,9624 yang diperoleh PT HM Sampoerna Tbk. Dapat disimpulkan perusahaan tersebut memiliki nilai tertinggi dari seluruh data yaitu sebesar 12.9624. Nilai rata-rata nilai perusahaan tahun 2015-2019 adalah sebesar 1,797359, sedangkan nilai *deviation standard* senilai 2,0026587. Hasil rata-rata ini dapat disimpulkan nilai perusahaan berada pada angka 1,797359.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji sebaran data dalam suatu model regresi atau residual, apakah suatu kelompok data atau variabel mempunyai sebaran data normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi dikatakan normal jika nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 0.2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		125	125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	.09451154	1.54802413
	Absolute	.079	.187
Most Extreme Differences	Positive	.079	.187
	Negative	-.069	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.883	2.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.416	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*, dihasilkan nilai asymp. Sig (2-tailed) $0,416 > 0,05$ untuk model 1 dengan demikian data terdistribusi normal dan $0,000 < 0,05$ untuk model 2 dengan demikian data tidak terdistribusi normal.

4.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 0.3

Hasil Uji Multikolinearitas Model 1

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Komisaris Independen	.993	1.007
1 Komite Audit	.997	1.003
Leverage	.984	1.016
Profitabilitas	.987	1.013

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai dari VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10 dan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel lebih dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadinya Multikorelasi antara sesama variabel independen dalam model regresi 1 dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 0.4

Hasil Uji Multikolinearitas Model 2

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Komisaris Independen	.985	1.015
1 Komite Audit	.981	1.019
Leverage	.972	1.029
Profitabilitas	.946	1.057
CSR	.921	1.086

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai dari VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10 dan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel lebih dari 0,10. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadinya Multikorelasi antara sesama variabel independen dalam model regresi 2 dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

4.2.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 0.5

Uji Heteroskedastisitas Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.049	.025		1.947	.054
Komisaris Independen	.018	.055	.030	.330	.742
¹ Komite Audit	.001	.001	.092	1.028	.306
Leverage	.007	.004	.142	1.572	.119
Profitabilitas	.047	.056	.075	.829	.409

a. Dependent Variable: ABS_RES

Tabel 0.6

Uji Heteroskedastisitas Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.718	.572		3.003	.003
¹ Komisaris Independen	-1.881	1.074	-.153	-1.752	.082

Komite Audit	-.010	.017	-.051	-.581	.563
Leverage	-.166	.082	-.180	-2.036	.044
Profitabilitas	2.217	1.116	.178	1.986	.049
CSR	.416	1.123	.034	.371	.711

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Berdasarkan tabel 4.6 di atas yang menunjukkan bahwa variabel komisaris independen, komite audit, *leverage* dan profitabilitasterhadap CSR memiliki nilai signifikan lebih besar dari 5% (0,05) dan demikian dapat dikatakan bahwa variabel-variabel yang diajukan dalam penelitian ini tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas pada model 1.

Hasil uji heteroskedastisitas pada model 2 menunjukkan bahwa terdapat gangguan heteroskedastisitas dengan nilai sig. < 0,05 yaitu variabel *leverage* dan profitabilitas, sedangkan pada variabelkomisaris independen, komite auditdan CSR memiliki nilai > 0,05.

4.2.4. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 0.7

Hasil Uji Durbin-Watson

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.281 ^a	.079	.048	.0960738	1.846

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Komite Audit, Komisaris Independen, Leverage

b. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dihasilkan nilai durbin-Watson (DW) untuk model penelitian pertama sebesar 1,846, sedangkan nilai dari DU

diketahui sebesar 1,7745, dan Nilai 4-DU diketahui sebesar 2,2255. Dalam uji Durbin-Watson dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi jika $DU < DW < 4-DU$. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa $1,7745 < 1,846 < 2,2255$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi korelasi dalam model 1 yang diajukan dalam penelitian.

Tabel 0.8

Hasil Uji Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.634 ^a	.402	.377	1.5802110	2.269

a. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Komite Audit

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dihasilkan nilai Durbin-Watson (DW) untuk model penelitian kedua sebesar 2,269, sedangkan nilai dari DU diketahui sebesar 1,7919, dan Nilai 4-DU diketahui sebesar 2,2081. Dalam uji Durbin-Watson dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi jika $DU < DW < 4-DU$. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa $1,7919 < 2,269 > 2,2081$, maka dapat disimpulkan terjadi korelasi dalam model 2 yang diajukan dalam penelitian.

4.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 0.9

Hasil Analisis Regresi Berganda Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.258	.040		6.433	.000
Komisaris Independen	-.084	.087	-.085	-.964	.337
1 Komite Audit	.002	.001	.123	1.401	.164
Leverage	-.008	.007	-.106	-1.200	.232
Profitabilitas	.203	.089	.202	2.286	.024

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas yang menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda, maka model persamaan regresi 1 yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$CSR = 0.258 - 0,084X_1 + 0,002X_2 - 0,008X_3 + 0,203X_4$$

Tabel 0.10
Hasil Analisis Regresi Berganda Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.189	.765		1.555	.123
Komisaris Independen	-1.051	1.436	-.052	-.732	.465
Komite Audit	.021	.023	.066	.916	.361
1 Leverage	-.203	.109	-.133	-1.858	.066
Profitabilitas	11.767	1.492	.575	7.888	.000
CSR	1.588	1.501	.078	1.057	.292

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas yang menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda, maka model persamaan regresi 2 yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = 1,189 - 1,051X_1 + 0,021X_2 - 0,203X_3 + 11,767X_4 + 1,588Z$$

4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 0.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.281 ^a	.079	.048	.0960738

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Komite Audit

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan hasil koefisien determinasi model 1 sebesar (Adjusted R²) 0,048. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen yaitu sebesar 4,8% dan sisanya sebesar 95,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Tabel 0.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.377	1.5802110

a. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Komite Audit

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan hasil koefisien determinasi model 2 sebesar (Adjusted R2) 0,377. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen yaitu sebesar 37,7% dan sisanya sebesar 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

4.5 Hasil Uji F

Tabel 0.13

Hasil Analisis Uji F MODEL 1

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.095	4	.024	2.576	.041 ^b
Residual	1.108	120	.009		
Total	1.203	124			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Komite Audit

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 2,576 dengan nilai signifikansi sebesar 0,041. Karena $F_{hitung} < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa komisaris independen, komite audit, *leverage*, profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap CSR, sehingga model regresi dalam penelitian ini telah layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Tabel 0.14

Hasil Analisis Uji F MODEL 2

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

Regression	200.169	5	40.034	16.032	.000 ^b
1 Residual	297.151	119	2.497		
Total	497.320	124			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Komite Audit

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 16,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena $F_{hitung} < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa komisaris independen, komiteaudit, *leverage*, profitabilitas, CSR secara bersama-sama berpengaruh terhadap *nilai perusahaan*, sehingga model regresi dalam penelitian ini telah layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Tabel 0.15

Hasil Analisis Uji T Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.258	.040		6.433	.000
Komisaris Independen	-.084	.087	-.085	-.964	.337
1 Komite Audit	.002	.001	.123	1.401	.164
Leverage	-.008	.007	-.106	-1.200	.232
Profitabilitas	.203	.089	.202	2.286	.024

a. Dependent Variable: CSR

Berdasarkan hasil analisis uji T model 1 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hipotesis pertama penelitian ini yaitu Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -0,964, koefisien regresi (B) -0,084, dan nilai signifikan sebesar $0,337 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini **ditolak**.
2. Hipotesis kedua penelitian ini yaitu Komite Audit berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,401, koefisien regresi (B) 0,002, dan nilai signifikan sebesar $0,164 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini **ditolak**.
3. Hipotesis ketiga penelitian ini yaitu *Leverage* berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -1,200, koefisien regresi (B) -0,008, dan nilai signifikan sebesar $0,232 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini **ditolak**.
4. Hipotesis keempat penelitian ini yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,286, koefisien regresi (B) 0,203, dan nilai signifikan sebesar $0,024 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini **diterima**.

Tabel 0.16

Hasil Analisis Uji T Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.189	.765		1.555	.123
Komisaris Independen	-1.051	1.436	-.052	-.732	.465
Komite Audit	.021	.023	.066	.916	.361
Leverage	-.203	.109	-.133	-1.858	.066
Profitabilitas	11.767	1.492	.575	7.888	.000
CSR	1.588	1.501	.078	1.057	.292

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis uji t di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Hipotesis kelima penelitian ini yaitu CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,057, koefisien regresi (B) 1,588, dan nilai signifikan sebesar $0,292 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini **ditolak**.
2. Hipotesis keenam penelitian ini yaitu komisaris independent berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -0,732, koefisien regresi (B) -1,051, dan nilai signifikan sebesar $0,465 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa komisaris independent tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis keenam dalam penelitian ini **ditolak**.
3. Hipotesis ketujuh penelitian ini yaitu komite audit berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,916, koefisien regresi (B) 0,021, dan nilai signifikan sebesar $0,361 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis ketujuh dalam penelitian ini **ditolak**.

4. Hipotesis kedelapan penelitian ini yaitu *leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -1,858, koefisien regresi (B) -0,203, dan nilai signifikan sebesar $0,066 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis kedelapan dalam penelitian ini **ditolak**.
5. Hipotesis kesembilan penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 7,888, koefisien regresi (B) 11,767, dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis kesembilan dalam penelitian ini **diterima**.

4.6.2. Hasil Uji Deteksi Pengaruh Variabel *Intervening* (Sobel Test)

Tabel 0.17

Hasil Uji Sobel

Variabel	T hitung	T tabel	Keterangan
Komisaris Independen → CSR → Nilai Perusahaan	-0,7131	1,96	Tidak Memediasi
Komisaris Independen → CSR → Nilai Perusahaan	0,9351	1,96	Tidak Memediasi
Komisaris Independen → CSR → Nilai Perusahaan	-0,7763	1,96	Tidak Memediasi
Komisaris Independen → CSR → Nilai Perusahaan	0,9597	1,96	Tidak Memediasi

Berdasarkan hasil Uji Sobel (Sobel Test) di atas menunjukkan bahwa:

1. Hipotesis kesepuluh penelitian ini yaitu komisaris independent berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel *intervening* Dari tabel 4.18 Hasil uji diperoleh nilai T hitung sebesar -0,7131. Dikatakan bahwa variabel *intervening* tidak dapat memediasi antara variabel dependen dengan variabel independen jika nilai t hitung > t tabel. Tabeldi atas menunjukkan bahwa Nilai T hitung sebesar -0,7131 < 1,96 pada taraf signifikansi < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* sehingga hipotesis kesepuluh dalam penelitian ini **ditolak**.
2. Hipotesis kesebelas penelitian ini yaitu komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel *intervening* Dari tabel 4.18 Hasil uji diperoleh nilai T hitung sebesar 0,9351. Dikatakan bahwa variabel *intervening* dapat memediasi antara variabel dependen dengan variabel independen jika nilai t hitung > t tabel. Tabeldi atas menunjukkan bahwa Nilai T hitung sebesar 0,9351 < 1,96 pada taraf signifikansi < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* sehingga hipotesis kesepuluh dalam penelitian ini **ditolak**.
3. Hipotesis keduabelas penelitian ini yaitu *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel *intervening* Dari tabel 4.18 Hasil uji diperoleh nilai T hitung sebesar -0,7763. Dikatakan bahwa variabel *intervening* dapat memediasi antara variabel

dependen dengan variabel independen jika nilai t hitung $>$ t tabel. Tabeldi atas menunjukkan bahwa Nilai T hitung sebesar $-0,7763 < 1,96$ pada taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh *leverageterhadap* nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* sehingga hipotesis kesepuluh dalam penelitian ini **ditolak**.

4. Hipotesis ketigabelas penelitian ini yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel *intervening* Dari tabel 4.18 Hasil uji diperoleh nilai T hitung sebesar $0,9597$. Dikatakan bahwa variabel *intervening* dapat memediasi antara variabel dependen dengan variabel independen jika nilai t hitung $>$ t tabel. Tabeldi atas menunjukkan bahwa Nilai T hitung sebesar $0,9597 < 1,96$ pada taraf signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* sehingga hipotesis kesepuluh dalam penelitian ini **ditolak**.

4.7. Pembahasan

4.7.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan yang terjadi dalam hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan laba dalam waktu tertentu. Tinggi rendahnya profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan dapat menentukan bagaimana para calon investor melihat perusahaan tersebut, perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan mendapatkan nilai lebih di mata para investor. Perhatian yang diberikan oleh investor terhadap perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi bukan tanpa alasan, investor berspekulasi perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan memiliki laba yang tinggi. Tinggi rendahnya laba yang dimiliki oleh perusahaan akan memengaruhi besar kecilnya dividen yang didapatkan investor dari perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khafa & Laksito (2015), Pramana & Mustanda (2016) dan Dang et al. (2019) menyatakan bahwa profitabilitas dengan proksi ROA memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.2. Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai perusahaan

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah komisaris independen maka akan menurunkan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh negative dan tidak signifikan yang terjadi dalam hubungan Komisaris Independen dengan nilai perusahaan. Dewan Komisaris Independen adalah bagian dari dewan komisaris, dewan komisaris independen memiliki tugas untuk mengawasi kinerja dari para manajer untuk mencapai tujuan perusahaan. Pengawasan dewan direksi independen mencakup kegiatan internal maupun eksternal dari perusahaan.

Pengawasan yang dilakukan oleh para dewan komisaris independen akan berdampak pada berkurangnya kecurangan yang akan dilakukan oleh para manajer maupun direksi. Jumlah anggota dewan direksi independen yang dimiliki oleh perusahaan akan memengaruhi tingkat koordinasi dan pengawasan terhadap kegiatan perusahaan. Semakin banyak dewan direksi independen akan meningkatkan tingkat koordinasi dan pengawasan perusahaan begitupun sebaliknya, perusahaan dengan dewan direksi independen yang rendah memiliki tingkat koordinasi dan pengawasan yang lebih rendah. Penelitian yang dilakukan oleh (Purbopangestu & Subowo, 2014), Siahaan(2012) dan Wiguna dan Yusuf(2019) menyatakan bahwa *Good Coporate Governance* dengan proksi komisaris independen tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.7.3. Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini menunjukkan hasil yang menunjukkan bahwa Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah komite audit maka akan menurunkan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan yang terjadi dalam hubungan Komite audit dengan nilai perusahaan. Keberadaan Komite audit sangat penting untuk memelihara kredibilitas proses penyusunan laporan keuangan di dalam perusahaan seperti halnya, menjaga system pengawasan perusahaan yang sesuai serta dilaksanakannya *Good Corporate Governance* secara tepat. Jumlah komite audit penting dalam perusahaan untuk memberikan kemudahan dari para komite audit melakukan pengawasan perusahaan dan berkoordinasi, namun perusahaan dengan jumlah komite yang

lebih sedikit akan sama baiknya dengan perusahaan yang memiliki komite audit dengan jumlah banyak dengan mengadakan rapat internal anggota komite audit. Jumlah rapat komite audit sangat penting guna *memonitoring* kegiatan perusahaan dan melakukan evaluasi dalam kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Sondokan et al., (2019), Lidyah et al., (2019), Nasution et al., (2018) yang menyatakan bahwa Komite Audit tidak memiliki pengaruh positif terhadap Nilai perusahaan.

4.7.4. Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah leverage maka akan menurunkan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan yang terjadi dalam hubungan leverage dengan nilai perusahaan. *Leverage* merupakan rasio seberapa besar aktiva perusahaan yang berasal dari hutang, *Leverage* juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban hutang perusahaan saat terjadi likuidasi. Perusahaan memilih *Leverage* sebagai salah satu cara untuk mendapatkan modal melalui hutang dari kreditur. Kenaikan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh penerapan *Leverage* di dalam perusahaan yaitu dikarenakan pembayaran bunga atas hutang yang diakibatkan oleh penerbitan obligasi akan mengurangi jumlah pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wikusuana (2019), Cheng & Tzeng (2011) dan Obradovich &

Gill (2013) menyatakan bahwa *Leverage* tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.7.5. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah CSR maka akan menurunkan nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan yang terjadi dalam hubungan CSR dengan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu pertanggung jawaban perusahaan atas segala kegiatan dan keputusan yang dilakukan perusahaan dengan mempertimbangkan tidak hanya aspek ekonomi yaitu keuntungan dan dividen saja melainkan lebih mengutamakan aspek sosial seperti dampak yang dihasilkan perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan berhubungan erat dengan 'pembangunan berkelanjutan artinya perusahaan mendukung untuk menjaga kelestarian dari lingkungan perusahaan yang akan berdampak terhadap keberlangsungan perusahaan maupun lingkungan itu sendiri untuk masa mendatang. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan bertahan lebih lama dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR selain memberikan pandangan positif dari para investor perusahaan juga memberikan dampak positif dan meminimalisir dampak negative terhadap *stakeholder*. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Bidhari et al.(2013), Astuti et

al.(2019) dan Yanto (2018) dengan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil yaitu *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

4.7.6. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi profitabilitas maka akan meningkatkan CSR. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam hubungan profitabilitas dengan CSR memiliki pengaruh yang signifikan. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Tingginya profitabilitas perusahaan berhubungan dengan tanggung jawab perusahaan dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility*. Hubungan antara Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* saling tumpang tindih perusahaan yang ingin memiliki keuntungan yang tinggi harus melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* agar mendapatkan simpati dari pelanggan lama maupun pelanggan baru bahwa perusahaan peduli dengan lingkungan tidak hanya mengajjar profit semata. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019), Ruslim et al.(2017) dan Astuti et al.(2019) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memengaruhi *Corporate Social Responsibility*.

4.7.7. Pengaruh Komisaris Independen terhadap *Corporate Social Responsibility*

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah komisaris independen maka akan menurunkan CSR. Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan yang terjadi dalam hubungan komisaris independen dengan CSR. Komisaris independen merupakan puncak sistem operasional dalam perusahaan. Wewenang yang dimiliki oleh Komisaris Independen yaitu untuk mengawasi bagaimana manajemen puncak perusahaan bekerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Tugas dari Komisaris Independen juga melakukan pengawasan terhadap tindakan yang dilakukan manajer tentang aktivitas CSR, apabila aktivitas CSR dianggap terlalu berlebihan Komisaris Independen akan melaporkan kepada pemegang saham perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh SANTIOSO & CHANDRA, (2012), Setyarini & Paramitha, (2011) dan Febriana, (2019) menyatakan bahwa Komisaris Independen tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Sosial Responsibility*.

4.7.8. Pengaruh Komite Audit terhadap *Corporate Social Responsibility*

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah komite audit maka akan menurunkan CSR. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan yang terjadi dalam hubungan komite audit dengan CSR. Komite audit

dapat memengaruhi pengungkapan yang dilakukan perusahaan secara signifikan termasuk pengungkapan sosial dari perusahaan yaitu CSR. Komite audit membantu menjamin pengungkapan dan sistem pengendalian berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Jumlah pertemuan komite audit akan memengaruhi pengungkapan yang akan dilakukan oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat pertemuan atau rapat yang dilakukan oleh komite audit semakin meningkat pula keefektifan pengawasan manajemen, penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* perusahaan dan juga peningkatan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan pengawasan komite audit terhadap pengungkapan yang dilakukan perusahaan akan memengaruhi informasi pengungkapan yang akan dikeluarkan oleh perusahaan termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir et al., (2010), Djuitaningsih & Marsyah, (2012) dan Rivandi & Putri, (2019) menunjukkan hasil yaitu Komite Audit tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

4.7.9. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini memiliki arti bahwa semakin rendah leverage maka akan menurunkan CSR. Sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh yang signifikan dalam hubungan *Leverage* dengan CSR. *Leverage* dapat diartikan sebagai ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang dimilikinya baik kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek atau mengukur seberapa jauh perusahaan di biyai oleh

hutang dalam kegiatan operasinya. Perusahaan dengan tingkat Perusahaan yang memiliki angka *Leverage* tinggi akan lebih banyak mengungkapkan informasi yang dimiliki perusahaan untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor sebaliknya perusahaan dengan *Leverage* yang rendah akan mengungkapkan informasi lebih sedikit. Salah satu informasi yang dilaporkan perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan dengan *Leverage* tinggi melakukan pelaporan *Corporate Social Responsibility* dengan informasi yang lebih detail dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *Leverage* rendah, karena untuk keberlanjutan perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki angka *Leverage* tinggi akan lebih rentan untuk melanggar kontrak hutang yang sudah ditandatangani oleh perusahaan kepada debitor. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, (2014), Saputra, (2016) dan Wedhana Purba & Yadnya, (2015) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

4.7.10. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *Intervening*

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Karena nilai T hitung < T tabel maka variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi hubungan antara Variabel Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki keleluasaan yang

lebih dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang rendah, hal tersebut dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi mampu untuk melakukan kegiatan sosial lebih banyak maka akan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi akan memiliki keleluasaan dalam melakukan kegiatan social. Peningkatan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan akan memberikan citra positif terhadap perusahaan dari para *stakeholder* termasuk para investor yang pada akhirnya memilih untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Peningkatan investasi yang dilakukan para investor akan memengaruhi harga saham yang dimiliki perusahaan dengan begitu akan memengaruhi nilai perusahaan ke arah positif. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Suputra(2019), Wulandari & Wiksuana(2017) dan Pramana & Mustanda(2016) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *intervening*.

4.7.11. Pengaruh Komisaris Independen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *intervening*

Berdasarkan penelitian ini membuahkan hasil yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi hubungan Komisaris Independen dengan nilai perusahaan. Karena nilai T hitung < T tabel maka variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi Variabel Komisaris Independen terhadap Nilai perusahaan. Komisaris independen merupakan puncak dalam sistem operasional perusahaan. Komisaris independen

memiliki tugas untuk mengawasi bagaimana para manajemen puncak melakukan tugas sesuai dengan tujuan dari perusahaan. Perusahaan dengan komisar independen di dalamnya diharapkan dapat meminimalisir tingkat kecurangan yang terjadi dalam perusahaan. Semakin tinggi jumlah komisar independen dalam perusahaan akan memengaruhi tingkat koordinasi dan pengawasan yang dilakukan oleh perusahaan yang semakin efektif dan efisien. Begitupun sebaliknya perusahaan dengan jumlah komisar independen yang lebih sedikit akan memengaruhi pengawasan dan koordinasi yang terjadi dalam perusahaan dalam mengawasi manajemen puncak dan direksi. Perusahaan dengan tingkat komisar yang tinggi akan bergerak secara independen dan diharapkan dapat memenuhi kepentingan pemegang saham. Komisar Independen bertugas dalam mengawasi bagaimana operasional perusahaan berjalan dengan mengawasi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir et al.,(2010), Krisna & Suhardianto, (2016) yang menunjukkan bahwa komisar independen tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel *intervening*.

4.7.12. Pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh Komite audit terhadap nilai perusahaan. Karena nilai T hitung < T tabel maka variabel *Corporate Social Responsibility* tidak memediasi hubungan antara komite audit dengan nilai perusahaan. Kehadiran komite audit di dalam suatu perusahaan menjadi hal

penting untuk menjaga dan mempertahankan kredibilitas dalam proses penyusunan pelaporan keuangan perusahaan. Jumlah rapat komite audit perusahaan akan memengaruhi pengungkapan informasi laporan yang akan diterbitkan perusahaan. Semakin tinggi jumlah rapat yang dilakukan oleh komite audit, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan informasi yang diberikan perusahaan kepada pihak eksternal maupun internal. Begitupun sebaliknya semakin rendah jumlah rapat yang dilakukan oleh komite audit akan mengurangi tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan informasi dari perusahaan yang lebih luas akan memberikan *stakeholder* kepercayaan akan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Citra yang didapatkan perusahaan dari para *stakeholder* akan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Hal tersebut dikarenakan meningkatnya tingkat loyalitas dari pelanggan dan manajemen perusahaan yang terstruktur. Komite audit bertugas untuk menjamin pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan termasuk pengungkapan laporan keuangan, maupun pengungkapan laporan kegiatan sosial. Pelaporan perusahaan yang terperinci akan memenuhi asas dari *Good Corporate Governance* yaitu transparansi yang juga merupakan salah satu perwujudan dari *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir et al.,(2010), Krisna & Suhardianto, (2016) yang menunjukkan bahwa komite audit tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel *intervening*.

4.7.13. Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel *intervening*

Penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi hubungan antara *Leverage* dengan Nilai perusahaan. Karena nilai T hitung < T tabel maka variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi Variabel *Leverage* terhadap Nilai perusahaan. *Leverage* merupakan salah satu alternative perusahaan untuk mendapatkan modal selain dari investasi yaitu dengan pengeluaran obligasi. Perusahaan memilih mengeluarkan obligasi untuk mendanai perusahaan dalam kegiatan operasionalnya, karena penerbitan obligasi memiliki keunggulan dalam tingkat bunga yang diberikan oleh para debitur lebih fleksibel. Perusahaan yang memiliki obligasi dalam permodalannya tidak hanya memikirkan investor sebagai satu-satunya pihak yang harus diuntungkan dalam perusahaan, tetapi juga para obligator. Perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi akan mendapatkan perhatian lebih dalam proses operasionalnya dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *Leverage* rendah, karena perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memenuhi pengembalian bunga terhadap para obligator perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *Leverage* dalam permodalannya akan menjadi daya tarik sendiri dari para calon kreditur maupun investor. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menerapkan obligasi akan meningkatkan minat dari para investor maupun kreditur untuk menanamkan modal di dalam perusahaan. Hasil dari penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wiksuana (2017), Nadillah(2017) dan

Jayanti dan Suputra (2015) yang menyatakan *Leverage* tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel *intervening*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh GCG dengan proksi Komisaris Independen dan Komite Audit, *Leverage*, profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan sector manufaktur dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2019. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan pada BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil hipotesis yang menyatakan diterima.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel komisaris independen (KI) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel komite audit (KA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.

4. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Leverage* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
5. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
6. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan diterima.
7. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel komisaris independen (KI) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
8. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel komite audit (KA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
9. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Leverage* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.

10. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
11. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memediasi pengaruh komisaris independen (KI) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
12. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memediasi pengaruh komite audit (KA) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.
13. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal tersebut dibuktikan dengan hipotesis yang menyatakan ditolak.

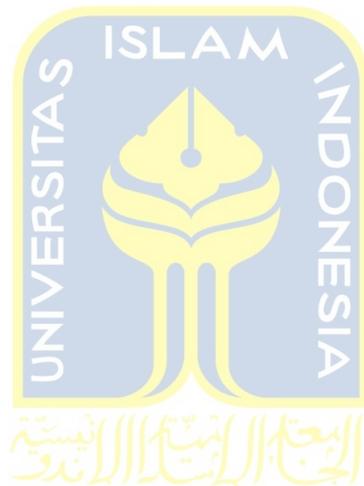
5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dipaparkan diatas, peneliti menyarankan beberapa pendapat untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel selain dari perusahaan manufaktur agar mengetahui apakah variabel-variabel tersebut

dapat digunakan untuk mengukur di sektor lain dan untuk menambahkan rentang waktu periode dalam penelitian agar terjadinya pembaharuan dalam penelitian.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan indicator selain Tobin's Q dalam mengukur nilai perusahaan dan untuk menambahkan variabel independen dalam penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Badruddien, Yusuf, Trikartika Gustyama, Tieka., dan Shintia Dewi, Andrieta (2017), Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015), *E-Proceesing of Management : Vol. 4 No. 3 Desember 2017 Page 2237*
- Bernad E.N dan Dwi N.A. (2018). *Good Corporate Governance on Corporate Social Responsibility with Profitability, Size and Leverage as Moderating Variables (case study at Regional Development Banks in Indonesia)*.
- Chumaidah., dan Patuh Priyadi, Maswar (2018), Pengaruh Profitabilitas dan *Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Vol. 7, No. 3, Maret 2018 : 87-112*
- Damaianti, Indriana (2019), Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ekonam Vol. 1 No. 2 Agustus 2019*
- Dwi Rahmadani, Fitra., dan Mangesti Rahayu, Sri (2017), Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar Pada BEI Periode 2013-2015), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 52 No. 1 November 2017*
- Erik Indracahya dan Dewi A.F. (2017). *The Effect of Good Corporate Governance Elements, Leverage, Firm Age, Company Size and Profitability on Earning Management (Empirical Study of Manufacturing Companies in Bei 2014 – 2016). Vol.10, No.2*
- Ery Yanto (2018).*Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables. Vol. 2, No.1, page 13-25.*

- Hanh Song Thi dan Duy Thanh Nguyen (2019). *The effects of corporate governance mechanisms on the financial leverage–profitability relation: Evidence from Vietnam*. Vol. 43 No. 4, PP. 387-409
- Inten M., Mohamad A., dan Enni H. (2019). *Effect of Quality of Good Corporate Governance Disclosure, Leverage and Firm Size on Profitability of Islamic Commercial Banks*. 9(4), 189-196.
- Marina Susanto, Cinditya, dan Ardini, Lilis (2016), Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Vol. 5 No. 7 Juli 2016
- Messa F., Relasari, dan Mukhtaruddin (2014). *Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange*. Vol.2, No. 6, 132-141.
- Murya Habbash (2016). *Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: evidence from Saudi Arabia*. Vol. 12 No. 4, pp. 740-754.
- Nurhayati, Ida, Poerwati, Tjahjaning., dan Kartika, Andi (2019), Dampak Moderasi Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengaruh CSR Pada Nilai Perusahaan di Indonesia, *Prosiding SENDI_U 2019*
- Putri Ayu, Dea., dan Suarjaya, Gede A. A. (2017), Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan , *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 No. 2 2017 :1112-1138
- Retno M, Reny Dyah., dan Priantinah, Denies (2012), Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010), *Jurnal Nominal* : Vol. 1 No. 1 Tahun 2012 : 124-139

- Riza Aulia dan Agus Munandar (2018). *The Effect of Corporate Social Responsibility, Profitability, and Leverage toward Tax Aggressiveness with Size of Company as Moderating Variable*. Vol. 9, No.1
- Valendra S.K dan Syafrizal (2019). *The Influence of Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility Disclosure*. Vol.2, No.2
- Windasari, Okta., dan Budi Riharjo, Ikhsan (2017). Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Vol. 6 No. 10 Oktober 2017
- Wisnu M, Sugeng W, dan Fitria Yuni (2018). *ANALYSIS OF EFFECT OF FIRM SIZE, INSTITUTIONAL OWNERSHIP, PROFITABILITY, AND LEVERAGE ON FIRM VALUE WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE AS INTERVENING VARIABLES (Study on Banking Companies Listed on BEI Period 2012-2016)*. Vol.27, No.2
- Wisnu Purbopangestu, Hary., dan Subowo (2014), Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Intervening, *Accounting Analysis Journal* 3 (3) 2014, pp 23-26.

LAMPIRAN 1

Data Perusahaan Sampel

No.	KODE	Nama Perusahaan
1	AMFG	PT Asahimas Flat Glass Tbk
2	BATA	PT Sepatu Bata Tbk
3	BIMA	PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk
4	BRNA	PT Berlina Tbk
5	CINT	PT Chitose Internasional Tbk
6	CPRO	PT Central Proteina Prima Tbk
7	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk
8	DLTA	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk
9	DPNS	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk
10	DVLA	PT Darya Varia Laboratoria Tbk
11	EKAD	PT Ekadharma International Tbk
12	FASW	PT Fajar Surya Wisesa Tbk
13	GDST	PT Gunawan Dianjaya Steel Tbk
14	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
15	HMSP	PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
16	IGAR	PT Champion Pasific Indonesia Tbk
17	IMAS	PT Indomobil Sukses International Tbk
18	INAI	PT Indal Aluminium Industry Tbk
19	INCI	PT Intan Wijaya International Tbk
20	KAEF	PT Kimia Farma Tbk
21	KICI	PT Kedaung Indag Can Tbk
22	MAIN	PT Malindo Feedmill Tbk
23	MLIA	PT Mulia Industrindo Tbk
24	PSDN	PT Prashida Aneka Niaga Tbk
25	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

LAMPIRAN 2

GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi		
1	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan perusahaan
2	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya dalam kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
3	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti perusahaan.
4	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
Keberadaan Pasar		
5	EC5	Rasio upah standar pegawaii pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional (UMR) di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
6	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan darimasyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung		
7	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi insfrastruktur dan jasa yang diberikan perusahaan.
8	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
Praktek Pengadaan		
9	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal dilokasi operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan		

10	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan bobot atau volume
11	EN2	Persentase bahan yang digunakan perusahaan yang merupakan bahan input daur ulang.
Energi		
12	EN3	Konsumsi energi di dalam organisasi
13	EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
14	EN5	Intensitas energi
15	EN6	Pengurangan konsumsi energi perusahaan
Air		
16	EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
17	EN8	Total pengambilan jumlah air berdasarkan sumber
18	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh proses pengambilan air
19	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang kemudian digunakan kembali oleh perusahaan
Keanekaragaman Hayati		
20	EN11	Lokasi-lokasi operasional perusahaan yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
21	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung
22	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
23	EN14	Jumlah total spesies dalam IUCN Red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional perusahaan, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
Emisi		
24	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan1)

25	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
26	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
27	EN18	Intensitas dari emisi gas rumah kaca (GRK)
28	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK) perusahaan
29	EN20	Emisi bahan perusahaan ozon (BPO)
30	EN21	SOX, NOX, dan emisi udara signifikan yang lainnya.
31	EN22	Jumlah air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
32	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan yang dilakukan.
33	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan yang signifikan
34	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel 2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan Persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
35	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan yang dihasilkan organisasi
Produk dan Jasa		
36	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa perusahaan.
37	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasan yang direklamasi berdasarkan kategori
Kepatuhan		
38	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan yang berlaku
Transportasi		
39	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi,

		dan pangangkutan tenaga kerja organisasi
Lain-lain		
40	EN31	Jumlah pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen pemasok atas lingkungan		
41	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan yang ada.
42	EN33	Dampak lingkungan negative signifikan actual dan potensial dalam rantai pasokan perusahaan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah lingkungan		
43	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan perusahaan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI: SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian		
44	LA1	Jumlah dan tingkat perekrutan karyawan baru dan tingkat <i>turnover</i> karyawan berdasarkan kelompok umur, gender, dan wilayah.
45	LA2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan per waktu yang tidak diberikan kepada karyawan paruh waktu atau sementara, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
46	LA3	Tingkat bekerja kembali karyawan dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
Hubungan industrial		
47	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja		

48	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran dalam program kesehatan dan keselamatan kerja.
49	LA6	Tingkat dan jenis cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran, serta jumlah kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
50	LA7	Pekerja yang berisiko tinggi atau sering terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
51	LA8	Topic kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
Pelatihan dan Pendidikan		
52	LA9	Rata-rata jam pelatihan per-tahun per-karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
53	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bhakti
54	LA11	Jumlah Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular, menurut gender dan kategori karyawan.
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang		
55	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per-Kategori karyawan berdasarkan gender, usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
Kesetaraan Remunerasi Karyawan Perempuan dan Laki-laki		
56	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi karyawan perempuan terhadap karyawan laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan		
57	LA14	Persentase penapisan pemasok baru dengan menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan.
58	LA15	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan

		perusahaan dan tindakan yang diambil
59	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan perusahaan melalui mekanisme pengaduan yang resmi.
SUB-KATEGORI : HAK ASASI MANUSIA		
Investasi		
60	HR1	Jumlah dan presentasi perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau panapisan berdasarkan hak asasi manusia
61	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operas, termasuk dengan persentasi karyawan yang telah dilatih
Non-diskriminasi		
62	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi yang terjadi dan tindakan kreatif yang diambil
Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama		
63	HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
Pekerja Anak		
64	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi terhadap pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
Pekerja paksa atau Wajib Kerja		
65	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi dalam melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.

Praktik Pengamanan		
66	HR7	Persentase petugas pengamanan yang telah dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasional.
Hak Adat		
67	HR8	Jumlah insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat sekitar dan tindakan yang diambil,
Asesmen		
68	HR9	Jumlah dan Persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia.
Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia		
69	HR10	Persentase penapisan pemasok baru dengan menggunakan kriteria hak asasi manusia
70	HR11	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan perusahaan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan masalah Hak Asasi Manusia		
71	HR12	Total pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan perusahaan melalui mekanisme pengaduan formal.
SUB-KATEGORI :MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal		
72	SO1	Persentase operasi dengan keterlibatan masyarakat local, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
73	SO2	Operasi dengan dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat local di lokasi.
Anti-Korupsi		
74	SO3	Jumlah dan Persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.

75	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
76	SO5	Insiden korupsi yang telah terbukti dan tindakan yang diambil perusahaan.
Kebijakan Publik		
77	SO6	Nilai dari total kontribusi politik berdasarkan Negara dan penerima atau penerima manfaat.
Anti Persaingan		
78	SO7	Total tindakan hukum terkait dengan Anti Persaingan, anti-trust, serta praktisi monopoli dan hasilnya.
Kepatuhan		
79	SO8	Nilai moneter dari denda yang digandakan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku.
Asesmen Pemasok atas Dampak terhadap Masyarakat		
80	SO9	Jumlah Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat.
81	SO10	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan perusahaan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat		
82	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan perusahaan melalui mekanisme pengaduan yang resmi.
SUB-KATEGORI:PRODUK		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan		
83	PR1	Jumlah Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan perusahaan.
84	PR2	Jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang dur hidupnya, menurut jenis hasil.

Pelabelan Produk dan Jasa		
85	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta jumlah Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi yang sejenis.
86	PR4	Jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela yang ada terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
87	PR5	Hasil survei yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran		
88	PR6	Penjualan-penjualan produk yang dilarang maupun disengketakan.
89	PR7	Jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela yang berlaku tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, sponsor, dan promosi, menurut jenis hasil.
Privasi pelanggan		
90	PR8	Jumlah keluhan pelanggan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Kepatuhan		
91	PR9	Nilai Moneter dari denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku terkait dengan penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

LAMPIRAN 3

**GOOD CORPORATE GOVERNMENT, KOMISARIS INDEPENDEN,
KOMITE AUDIT, LEVERAGE, PROFITABILITAS, CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN**

TAHUN 2015

NO	KODE	TAHUN	KOMIS IN	KOMITE AUDIT	DER	ROA	CSR	TOBINS Q
1	AMFG	2015	0.33	15	0.26	0.08	0.3077	0.8718
2	BATA	2015	0.40	6	0.45	0.16	0.1538	2.4772
3	BIMA	2015	0.67	8	-1.49	-0.03	0.1978	3.3314
4	BRNA	2015	0.33	4	1.20	-0.01	0.3077	0.8496
5	CINT	2015	0.50	9	0.21	0.08	0.1978	1.0599
6	CPIN	2015	0.33	32	0.95	0.07	0.2088	2.1979
7	CPRO	2015	0.33	12	2.54	-0.13	0.1538	1.0045
8	DLTA	2015	0.50	3	0.22	0.18	0.2198	4.1915
9	DPNS	2015	0.33	4	0.12	0.00	0.2967	0.5878
10	DVLA	2015	0.43	4	0.41	0.08	0.0879	1.3506
11	EKAD	2015	0.50	6	0.33	0.12	0.1758	0.968
12	FASW	2015	0.2	14	1.90	-0.04	0.1648	1.0188
13	GDST	2015	0.33	5	0.47	-0.05	0.2747	0.7292
14	GGRM	2015	0.50	6	0.00%	0.00%	0.2527	2.0679
15	HMSP	2015	0.25	4	0.19	0.27	0.2418	11.6638
16	IGAR	2015	0.50	4	0.24	0.08	0.2637	0.7586
17	IMAS	2015	0.43	6	2.71	0.00	0.1758	0.9937
18	INAI	2015	0.5	4	4.55	0.02	0.0879	0.9162
19	INCI	2015	0.33	4	0.10	0.10	0.2198	0.4171
20	KAEF	2015	0.40	12	0.67	0.08	0.4945	1.808
21	KICI	2015	0.33	4	0.43	0.19	0.0659	0.5601
22	MAIN	2015	0.6	4	1.56	-0.02	0.1758	1.4708
23	MLIA	2015	0.40	12	5.39	-0.02	0.1758	0.9391
24	PSDN	2015	0.33	4	0.91	-0.07	0.2418	0.7604
25	ULTJ	2015	0.33	3	0.27	0.15	0.3187	3.4286

LAMPIRAN 4

**GOOD CORPORATE GOVERNMENT, KOMISARIS INDEPENDEN,
KOMITE AUDIT, LEVERAGE, PROFITABILITAS, CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN**

TAHUN 2016

NO	KODE	TAHUN	KOMIS IN	KOMITE AUDIT	DER	ROA	CSR	TOBINS Q
1	AMFG	2016	0.33	12	0.53	0.05	0.3077	0.8744
2	BATA	2016	0.50	4	0.44	0.05	0.1978	1.5838
3	BIMA	2016	0.67	8	-1.95	0.19	0.1868	3.3443
4	BRNA	2016	0.4	4	1.03	0.01	0.1978	1.0233
5	CINT	2016	0.50	4	0.22	0.05	0.2198	0.9739
6	CPIN	2016	0.50	31	0.71	0.09	0.2308	2.5079
7	CPRO	2016	0.4	12	27.19	-0.27	0.1319	1.2516
8	DLTA	2016	0.40	4	0.18	0.21	0.2308	3.497
9	DPNS	2016	0.33	4	0.11	0.00	0.1868	0.5583
10	DVLA	2016	0.43	4	0.42	0.10	0.0769	1.5786
11	EKAD	2016	0.50	6	0.19	0.13	0.1758	0.7442
12	FASW	2016	0.6	14	1.70	0.09	0.3956	1.8156
13	GDST	2016	0.33	5	0.51	0.03	0.1648	1.0751
14	GGRM	2016	0.50	6	0.00%	0.00%	0.2418	2.3246
15	HMSP	2016	0.33	5	0.24	0.30	0.3516	10.6763
16	IGAR	2016	0.33	4	0.18	0.11	0.2637	1.2999
17	IMAS	2016	0.43	5	2.82	-0.01	0.1319	0.8796
18	INAI	2016	0.5	4	4.19	0.03	0.1099	0.9599
19	INCI	2016	0.33	4	0.11	0.04	0.2198	0.3041
20	KAEF	2016	0.40	12	1.03	0.06	0.3187	3.8188
21	KICI	2016	0.33	4	0.57	-0.03	0.044	0.6002
22	MAIN	2016	0.6	4	1.23	0.04	0.1648	1.3246
23	MLIA	2016	0.40	12	3.79	0.00	0.0879	0.8854
24	PSDN	2016	0.33	4	1.33	-0.06	0.2418	0.8664
25	ULTJ	2016	0.33	3	0.21	0.17	0.3187	3.3045

LAMPIRAN 5

**GOOD CORPORATE GOVERNMENT, KOMISARIS INDEPENDEN,
KOMITE AUDIT, LEVERAGE, PROFITABILITAS, CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN**

TAHUN 2017

NO	KODE	TAHUN	KOMIS IN	KOMITE AUDIT	DER	ROA	CSR	TOBINS Q
1	AMFG	2017	0.33	13	0.77	0.01	0.2857	0.851
2	BATA	2017	0.50	5	0.48	0.06	0.1978	1.189
3	BIMA	2017	0.67	8	-2.06	0.14	0.2088	2.4173
4	BRNA	2017	0.5	4	1.30	-0.09	0.2198	1.1838
5	CINT	2017	0.50	12	0.25	0.06	0.2418	0.8987
6	CPIN	2017	0.33	32	0.56	0.10	0.2308	2.3649
7	CPRO	2017	0.5	12	-3.64	-0.38	0.1319	1.5425
8	DLTA	2017	0.40	4	0.17	0.21	0.2527	2.8872
9	DPNS	2017	0.33	4	0.13	0.00	0.2637	0.5075
10	DVLA	2017	0.43	4	0.47	0.10	0.0769	1.6575
11	EKAD	2017	0.50	8	0.20	0.10	0.1758	0.7776
12	FASW	2017	0.6	14	1.80	0.06	0.4066	2.0771
13	GDST	2017	0.33	4	0.35	0.00	0.1758	0.7493
14	GGRM	2017	0.50	9	0.00%	0.00%	0.2527	2.7833
15	HMSP	2017	0.40	4	0.26	0.29	0.3516	12.9624
16	IGAR	2017	0.33	4	0.16	0.10	0.2747	0.8549
17	IMAS	2017	0.43	5	2.38	0.00	0.1758	0.7784
18	INAI	2017	0.5	4	3.38	0.03	0.1319	0.9688
19	INCI	2017	0.33	4	0.13	0.05	0.2198	0.3597
20	KAEF	2017	0.40	13	1.37	0.05	0.3297	3.0379
21	KICI	2017	0.33	4	0.63	0.02	0.0769	0.7035
22	MAIN	2017	0.6	4	1.44	0.01	0.1868	1.0048
23	MLIA	2017	0.40	12	1.96	0.01	0.1758	0.8123
24	PSDN	2017	0.33	4	1.31	0.05	0.2418	1.1
25	ULTJ	2017	0.33	3	0.23	0.14	0.3187	3.0797

LAMPIRAN 6

**GOOD CORPORATE GOVERNMENT, KOMISARIS INDEPENDEN,
KOMITE AUDIT, LEVERAGE, PROFITABILITAS, CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN**

TAHUN 2018

NO	KODE	TAHUN	KOMIS IN	KOMITE AUDIT	DER	ROA	CSR	TOBINS Q
1	AMFG	2018	0.33	13	1.35	0.00	0.3077	0.7634
2	BATA	2018	0.33	5	0.38	0.08	0.1978	1.1633
3	BIMA	2018	0.67	8	-2.21	0.04	0.2088	2.1702
4	BRNA	2018	0.4	4	1.19	-0.01	0.2418	1.021
5	CINT	2018	0.50	12	0.26	0.03	0.2418	0.787
6	CPIN	2018	0.33	38	0.43	0.17	0.2418	4.5842
7	CPRO	2018	0.33	14	5.80	0.26	0.1429	1.3506
8	DLTA	2018	0.40	4	0.19	0.22	0.2637	3.0475
9	DPNS	2018	0.33	4	0.14	0.00	0.2637	0.4628
10	DVLA	2018	0.43	4	0.40	0.12	0.0989	1.5779
11	EKAD	2018	0.50	6	0.18	0.09	0.1758	0.851
12	FASW	2018	0.33	14	1.60	0.13	0.3956	2.3659
13	GDST	2018	0.33	4	0.51	-0.06	0.2198	0.9799
14	GGRM	2018	0.50	9	0.00%	0.00%	0.2527	2.6754
15	HMSP	2018	0.33	5	0.32	0.29	0.3626	9.5013
16	IGAR	2018	0.33	4	0.18	0.06	0.2747	0.8078
17	IMAS	2018	0.43	5	2.97	0.00	0.1978	0.8938
18	INAI	2018	0.5	4	3.61	0.03	0.1209	0.9685
19	INCI	2018	0.33	4	0.22	0.04	0.2198	0.4706
20	KAEF	2018	0.40	4	1.82	0.03	0.3516	2.1716
21	KICI	2018	0.33	4	0.63	0.02	0.0769	0.8944
22	MAIN	2018	0.6	4	1.29	0.07	0.1758	1.2829
23	MLIA	2018	0.40	12	1.35	0.04	0.1868	0.8771
24	PSDN	2018	0.33	4	1.87	-0.07	0.2418	1.0481
25	ULTJ	2018	0.33	3	0.16	0.13	0.3187	2.9479

LAMPIRAN 7

**GOOD CORPORATE GOVERNMENT, KOMISARIS INDEPENDEN,
KOMITE AUDIT, LEVERAGE, PROFITABILITAS, CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN**

TAHUN 2019

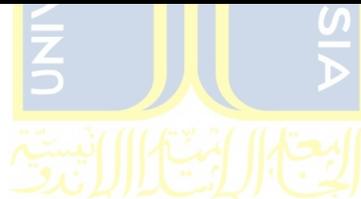
NO	KODE	TAHUN	KOMIS IN	KOMITE AUDIT	DER	ROA	CSR	TOBINS Q
1	AMFG	2019	0.33	13	1.56	0.06	0.5165	0.7801
2	BATA	2019	0.33	5	0.32	0.03	0.2308	1.2222
3	BIMA	2019	0.67	8	2.82	0.01	0.3407	0.8618
4	BRNA	2019	0.4	4	1.34	-0.07	0.3187	0.9374
5	CINT	2019	0.50	12	0.34	0.01	0.4396	0.8319
6	CPIN	2019	0.33	32	0.39	0.12	0.2857	3.9133
7	CPRO	2019	0.33	14	0.39	-0.06	0.2637	1.4415
8	DLTA	2019	0.40	4	0.18	0.22	0.3736	3.967
9	DPNS	2019	0.33	4	0.13	0.02	0.3407	0.3777
10	DVLA	2019	0.43	4	0.40	0.12	0.3626	1.6634
11	EKAD	2019	0.50	6	0.14	0.08	0.1868	0.769
12	FASW	2019	0.33	14	1.29	0.09	0.4286	2.3381
13	GDST	2019	0.33	4	0.92	0.02	0.2308	0.8042
14	GGRM	2019	0.50	9	0.54	0.14	0.4176	1.649
15	HMSP	2019	0.33	5	0.43	0.27	0.3736	5.0978
16	IGAR	2019	0.33	4	0.15	0.07	0.3077	0.6658
17	IMAS	2019	0.43	5	3.75	0.00	0.1429	0.861
18	INAI	2019	0.5	4	2.79	0.03	0.2747	0.9771
19	INCI	2019	0.33	4	0.19	0.03	0.3956	0.3633
20	KAEF	2019	0.40	4	1.48	0.00	0.5604	0.6339
21	KICI	2019	0.33	4	0.75	-0.02	0.1429	0.7932
22	MAIN	2019	0.6	4	1.29	0.03	0.4066	1.0298
23	MLIA	2019	0.40	12	1.27	0.02	0.4286	0.8439
24	PSDN	2019	0.33	4	3.33	-0.06	0.2308	1.0581
25	ULTJ	2019	0.33	3	0.17	0.16	0.2418	3.0814

LAMPIRAN 8
HASIL OLAH DATA

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komisaris Independen	125	.20	.67	.4130	.09958
Komite Audit	125	3.00	38.00	7.5200	6.33424
Leverage	125	-3.6400	5.8000	.896400	1.3194057
Profitabilitas	125	-.3800	.3000	.058080	.0978041
CSR	125	.0440	.5604	.242286	.0984861
Nilai Perusahaan	125	.3041	12.9624	1.797359	2.0026587
Valid N (listwise)	125				



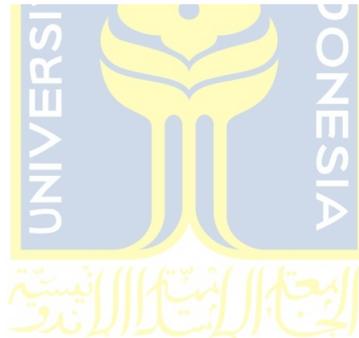
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual	Unstandardiz ed Residual
N		125	125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	.09451154	1.54802413
Most Extreme Differences	Absolute	.079	.187
	Positive	.079	.187
	Negative	-.069	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.883	2.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.416	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	.258	.040		6.433	.000		
Komisaris Independen	-.084	.087	-.085	-.964	.337	.993	1.007
Komite Audit	.002	.001	.123	1.401	.164	.997	1.003
Leverage	-.008	.007	-.106	-1.200	.232	.984	1.016
Profitabilitas	.203	.089	.202	2.286	.024	.987	1.013

a. Dependent Variable: CSR

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	1.189	.765		1.555	.123		
Komisaris Independen	-1.051	1.436	-.052	-.732	.465	.985	1.015
Komite Audit	.021	.023	.066	.916	.361	.981	1.019
Leverage	-.203	.109	-.133	-1.858	.066	.972	1.029
Profitabilitas	11.767	1.492	.575	7.888	.000	.946	1.057
CSR	1.588	1.501	.078	1.057	.292	.921	1.086

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.049	.025		1.947	.054
Komisaris	.018	.055	.030	.330	.742
Independen					
Komite Audit	.001	.001	.092	1.028	.306
Leverage	.007	.004	.142	1.572	.119
Profitabilitas	.047	.056	.075	.829	.409

a. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.718	.572		3.003	.003
Komisaris	-1.881	1.074	-.153	-1.752	.082
Independen					
Komite Audit	-.010	.017	-.051	-.581	.563
Leverage	-.166	.082	-.180	-2.036	.044
Profitabilitas	2.217	1.116	.178	1.986	.049
CSR	.416	1.123	.034	.371	.711

a. Dependent Variable: ABS_RES2

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.281 ^a	.079	.048	.0960738	1.846

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Komite Audit, Komisaris Independen, Leverage

b. Dependent Variable: CSR

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.634 ^a	.402	.377	1.5802110	2.269

a. Predictors: (Constant), CSR, Komisaris Independen, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



UJI REGRESI 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.281 ^a	.079	.048	.0960738

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Komite Audit, Komisaris Independen, Leverage

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.095	4	.024	2.576	.041 ^b
	Residual	1.108	120	.009		
	Total	1.203	124			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Komite Audit, Komisaris Independen, Leverage

**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.258	.040		6.433	.000
	Komisaris Independen	-.084	.087	-.085	-.964	.337
	Komite Audit	.002	.001	.123	1.401	.164
	Leverage	-.008	.007	-.106	-1.200	.232
	Profitabilitas	.203	.089	.202	2.286	.024

a. Dependent Variable: CSR

UJI REGRESI 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.377	1.5802110

a. Predictors: (Constant), CSR, Komisaris Independen, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.169	5	40.034	16.032	.000 ^b
	Residual	297.151	119	2.497		
	Total	497.320	124			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, Komisaris Independen, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas

**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.189	.765		1.555	.123
	Komisaris Independen	-1.051	1.436	-.052	-.732	.465
	Komite Audit	.021	.023	.066	.916	.361
	Leverage	-.203	.109	-.133	-1.858	.066
	Profitabilitas	11.767	1.492	.575	7.888	.000
	CSR	1.588	1.501	.078	1.057	.292

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

UJI SOBEL TEST

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p -value:	
a	-0.084	Sobel test:	-0.71317066	0.18704079	0.47574016
b	1.588	Aroian test:	-0.58475338	0.22811668	0.55871356
s_a	0.087	Goodman test:	-0.99614832	0.13390777	0.31917809
s_b	1.501	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>		

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p -value:	
a	0.002	Sobel test:	0.93518012	0.00339614	0.34969548
b	1.588	Aroian test:	0.85536123	0.00371305	0.3923512
s_a	0.001	Goodman test:	1.04253112	0.00304643	0.29716551
s_b	1.501	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>		

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p -value:	
a	-0.008	Sobel test:	-0.77637161	0.0163633	0.4375296
b	1.588	Aroian test:	-0.6532897	0.0194462	0.51356953
s_a	0.007	Goodman test:	-1.01272764	0.01254434	0.31119027
s_b	1.501	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>		

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p -value:	
a	0.203	Sobel test:	0.95974549	0.33588488	0.33718332
b	1.588	Aroian test:	0.89179995	0.36147569	0.37250017
s_a	0.089	Goodman test:	1.04603761	0.3081763	0.29554367
s_b	1.501	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Calculate"/>		