

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Dina Arora¹ ; Zaitul²; Herawati³
Mahasiswa dan Dosen Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta
email: dinaarora33@gmail.com

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator penilaian kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi dan non ekonomi oleh investor (Natanagara, 2015). Nilai Perusahaan berbanding lurus dengan kemakmuran para pemegang saham. Jika nilai perusahaan tinggi maka tingkat kemakmuran para pemegang saham juga tinggi. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan, salah satunya yaitu penerapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Simorangkir (2003) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan diluar tanggung jawab ekonomis. Di Indonesia penerapan *Corporate Social Responsibility* telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas (PT) No.40 Pasal 74 tahun 2007 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* merupakan tindakan tanggung jawab sosial suatu perusahaan kepada masyarakat, guna untuk menjalin hubungan baik bagi perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik, akan menghasilkan penilaian positif dan keuntungan bagi perusahaan dari masyarakat dan lingkungan sekitar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selain *Corporate Social Responsibility* Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai non keuangan, seperti tata kelola yang baik dalam perusahaan (*Good Corporate*

Governance). *Good Corporate Governance* merupakan mekanisme dalam mengarahkan serta mengendalikan perusahaan agar operasional perusahaan berjalan dengan baik sesuai harapan para pemangku kepentingan.

Teori pada penelitian ini menggunakan teori keagenan dan teori *stakeholder*. Teori keagenan menjelaskan perbedaan kepentingan antara *principal* (pemegang saham) dengan *agent* (manajer). Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab (Freeman, 1984).

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, dari 32 perusahaan subsektor transportasi hanya 28 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Terdapat tiga kategori variabel, yaitu variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Variabel Independen yaitu *Corporate Social Responsibility*. Ketiga variabel moderasi *Good Corporate Governance* yang diprosikan oleh kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi dan uji yang diolah dengan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS diperoleh ringkasan hasil pada tabel dibawah ini :

Tabel 1
Ringsaksan hasil pengujian hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.
Persamaan 1		
CSR	4.190	.003
SIZE	-.035	.677
UMUR	.009	.322
DER	.592	.000
ROA	1.712	.016
Persamaan 2		
CSR	4.201	.003
INST	-.067	.921
KPMJ	.164	.883
SIZE	-.038	.658
UMUR	.009	.342
DER	.589	.000
ROA	1.724	.018
Persamaan 3		
CSR	4.323	.002
INST	-.031	.963
KPMJ	.202	.858
CSR_INST	1.959	.170
CSR_KMPJ	-.031	.994
SIZE	-.054	.535
UMUR	.010	.302
DER	.599	.000
ROA	1.724	.018

Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Apabila pengungkapan CSR pada perusahaan tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Pada pengujian hipotesis kedua dan ketiga menunjukkan hasil bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Serta hasil pengujian hipotesis keempat dan kelima yaitu pada kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka diajukan kesimpulan yaitu *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak memoderasi hubungan *Coporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan pada hasil analisis pengujian hipotesis dan implikasi penelitian, maka diajukan beberapa saran berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat memperpanjang jangka waktu observasi, karena semakin panjang jangka waktu penelitian akan diketahui variasi yang terjadi dalam suatu perusahaan.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat menambah variabel lain yang berkemungkinan berdampak pada hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. M. & J. Natanagara, “pengaruh Pengungkapan Corporate social Responsibility Terhadap Respon Nilai Perusahaan” *Bus. Account. Rev.*, vol. 3, no. 2, pp. 271–280, 2015.
- [2] O. . Simorangkir, *Etika Bisnis, Jabatan, Perbankan*. Rineka Cipta, 2003.
- [3] A. F. Permana, “Pengaruh Tax Planning dan Investment Opportunity Set terhadap Firm Value dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi,” vol. 2, no. 2, pp. 124–133, 2019.
- [4] R. E. Freeman, *Strategic Management A Stakeholder Approach*, Ma: Pitma. Boston, 1984.