

APAKAH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* MAMPU MEMPERKUAT *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN ?

Shalina Qinta Pratiwi¹, Pancawati Hardiningsih²
Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank
Semarang, Indonesia

shalinaqintapратиwi@mhs.unisbank.ac.id
pancawati@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *Good Corporate Governance* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan peran *Corporate Sosial Responsibility* memperkuat. Populasi penelitian ini yaitu perusahaan sektor telekomunikasi dan farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021. Teknik *sampling* menggunakan *purposive sampling* diperoleh sampel 16 perusahaan. Metode analisis menggunakan *Moderating Regression Analisis* (MRA). Berdasarkan hasil pengujian *Good Corporate Governance* berpengaruh negative signifikan *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Sosial Responsibility* mampu memperkuat hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Corporate Sosial Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Sosial Responsibility, Good Corporate Governance, profitabilitas, nilai perusahaan.*

Abstract

This study aims to analyze and examine the effect of Good Corporate Governance and profitability on corporate value strengthening the role of Corporate Social Responsibility. The population of this study is the telecommunications and pharmaceutical sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2021. The sampling technique using purposive sampling obtained a sample of 16 companies. The analytical method uses Moderating Regression Analysis (MRA). Based on the results of testing Good Corporate Governance has a significant negative effect on Corporate Social Responsibility on firm value, while profitability has no significant positive effect on firm value. Corporate Social Responsibility is able to strengthen the relationship between Good Corporate Governance and company value, while Corporate Social Responsibility is not able to moderate the relationship between profitability and company value.

Keywords : *Corporate Sosial Responsibility, Good Corporate Governance , Profitability, Firm Value*

PENDAHULUAN

Pada masa pandemic covid-19 pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan yang lambat secara signifikan (Ekon.go.id, 2022) Pemerintah Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2020 dari 5,3 persen mengalami penurunan menjadi 2,3 persen dari APBN 2020 bahkan proyeksi pertumbuhan ekonomi menjadi minus 2,7% hingga 2,4% (Indonesia.go.id, 2020).

Dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia mencapai titik kritisnya pada awal tahun 2020. Kebijakan pemerintah untuk melaksanakan PSBB, PPKM, *work from home*, *sosial distancing*, dan protokol kesehatan mengakibatkan aktivitas masyarakat arus keluar masuk barang dan jasa mengalami penurunan drastis. Berbagai sektor terkena dampak yang mengakibatkan perusahaan mengalami penurunan. Dalam situasi ini diyakini bahwa tidak semua perusahaan mengalami penurunan kinerja perusahaan, sebaliknya ada beberapa juga yang mengalami kenaikan.

Sektor telekomunikasi menjadi salah satu sektor yang mengalami peningkatan di tengah pandemi Covid-19. Kebutuhan masyarakat akan gaya hidup digital dengan akses data internet selama pandemi Covid-19 turut menggerakkan kinerja sektor telekomunikasi. Pertumbuhan penggunaan internet berkontribusi dalam sektor komunikasi dan informasi di Indonesia tahun 2020 sebesar 10,5 % dan terus meningkat di kuartal-II tahun 2021 sebesar 6,87% meskipun masih ditengah masa pandemi covid-19 (Kominfo.go.id, 2021). Kondisi yang sama juga terjadi pada sektor farmasi. Penyebaran virus Covid-19 sangat berpengaruh pada sektor kesehatan. Salah satu bidang industri kesehatan yang banyak peminatnya adalah sektor farmasi yang menjual obat-obatan. Dilansir dari Kontan.go.id (2021) menyatakan bahwa dari PT Kimia Farma Tbk. (KAEF) pada semester 1 2021 melaporkan laba mencapai Rp 57,6 miliar alias tumbuh 18,57% dari posisi Rp 48,57 miliar secara *year on year* (yoy). Penjualan PT Kimia Farma Tbk. (KAEF) meningkat dari Rp 4,68 triliun menjadi Rp

5,55 triliun . Hal yang sama juga dialami pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (SIDO) membukukan penjualan sebesar Rp 2,77 triliun hingga September 2021. Realisasi penjualan tumbuh 22,99% dari periode tahun sebelumnya Rp 2,25 triliun (Liputan6.com, 2020).

Perusahaan dalam keadaan apapun akan berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh laba yang maksimal untuk mempertahankan kinerja perusahaan, menyejahterakan tenaga kerja serta menyejahterakan pemilik saham atau pemilik perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atau harga yang akan dibayar oleh pembeli sebagai harga saham atas perusahaan itu sendiri (Natalie & Lisiantara, 2022). Semakin tinggi harga saham atas harga saham maka semakin tinggi juga keuangan pemegang saham sehingga menarik bagi investor dengan permintaan saham yang meningkatkan nilai perusahaan. Mengoptimalkan nilai perusahaan salah satu cara untuk meningkatkan minat investor agar berinvestasi di perusahaan yang akan terlihat dari kenaikan harga saham. Pemaksimalan nilai perusahaan secara umum untuk menunjukkan pemaksimalan harga saham. Kinerja perusahaan suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika mempunyai nilai yang baik. Sehingga nilai perusahaan selalu baik dimata calon investor dan pemegang saham. Nilai suatu perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena merefleksikan kinerja perusahaan sehingga nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kesejahteraan pemegang saham dan menarik investor dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan modal saham. Indikator-indikator yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ini yaitu *Good Corporate Governance* (GCG), profitabilitas, *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) ditambahkan sebagai variabel moderasi pada penelitian ini untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara GCG, profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pertimbangan investor sangat membutuhkan informasi tentang perusahaan sebelum mengambil

keputusan untuk berinvestasi. Tata lola perusahaan yang berlaku pada perusahaan juga investor butuhkan untuk mendapatkan informasi. Penerapan GCG dalam perusahaan dapat meyakinkan investor bahwa kepemimpinan manajemen perusahaan akan membantu perusahaan dan pemegang sahamnya bertahan agar investor tidak ragu untuk berinvestasi. Dalam suatu sistem tata kelola, untuk memaksimalkan nilai perusahaan diperlukan suatu mekanisme tata kelola yang sering disebut dengan GCG (Widyarningsih, 2018). GCG dikatakan sebagai salah satu kunci utama dalam mencapai tujuan perusahaan untuk tumbuh dan menciptakan profit jangka Panjang.

GCG dapat meningkatkan citra perusahaan dan mampu melindungi stakeholder serta meningkatkan kepatuhan terhadap etika umum yang berlaku dan peraturan perundang-undangan. Mekanisme GCG dapat menjadikan jalan keberhasilan penerapan GCG. Penerapan GCG yang baik akan mempengaruhi nilai perusahaan karena dengan nilai perusahaan yang meningkat akan menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat mencerminkan bahwa harga saham suatu perusahaan semakin tinggi, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zuleika dan Koesnugroho (2022); (Dhevanti *et al.*, 2022) menyatakan bahwa GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Lembayung *et al.*, 2022); Yuliusman & Kusuma (2020) menyatakan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap terhadap nilai perusahaan.

Selain GCG yang baik, investor juga harus memperhatikan profitabilitas. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu (Rachman & Priyadi 2022). Semakin tinggi profitabilitas pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Semakin besar hasil laba bersih yang didapatkan, maka semakin baik pula kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga

membuat investor minat untuk berinvestasi. Perusahaan yang memperoleh laba yang besar maka akan mampu untuk membayarkan devidennya dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang semakin meningkat. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa secara jangka panjang perusahaan cukup efektif dalam mendapatkan keuntungan dengan aset yang dimilikinya akan meningkatkan minat investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, hal ini dapat meningkatkan harga saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Natalie & Lisiantara 2022). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dhevanti *et al.*, (2022); Rachman dan Priyadi (2022); (Fadhilah *et al.*, 2021) Fauziah & Sudiyatno (2020) Rosalia *et al.*, (2019); menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berbeda arah pada penelitian Maduma & Naibaho (2021) dan Putra & Sunarto (2021) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

CSR ditambahkan sebagai variabel moderasi pada penelitian ini bertujuan untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas GCG terhadap nilai perusahaan. CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban dan tindakan perusahaan berupa pertanggungjawaban kepada pihak-pihak yang terkena dampak setiap aktivitas lingkungan sekitar perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan.

Agency Teori

Menurut Jensen & Meckling (1976) menjelaskan bahwa teori keagenan (*Agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agensi tersebut. Teori ini menganalisis kepentingan dan perilaku pihak yang bertindak sebagai pengambil keputusan atas nama pihak kedua, bertindak sebagai pemberi kuasa kepada pihak pertama, agar pihak pertama

bertindak dan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingannya. Manajemen adalah pihak pemegang saham yang disetujui untuk bertindak demi kepentingan pemegang saham dan oleh karena itu manajemen telah diberikan beberapa wewenang pengambilan keputusan untuk kepentingan pemegang saham. Jadi teori agensi menjelaskan hubungan antara pemegang saham sebagai *principal* dan manajemen sebagai agen yang memiliki tujuan yang sama yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

GCG merupakan tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan antara berbagai partisipan dalam perusahaan yang menentukan arah kinerja (Nadiyah & Fitria 2021). Penerapan tata kelola perusahaan menjadi faktor penentu yang strategis bagi perusahaan agar senantiasa dapat meningkatkan nilai serta memelihara proses pertumbuhan yang berkelanjutan. Perusahaan perlu meningkatkan kerja kerasnya untuk dapat mengambil manfaat dari penerapan tata kelola perusahaan (GCG) yang baik.

Merujuk *Agency Theory* dijelaskan bahwa manajemen mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien menyebabkan *principal* percaya terhadap agen tidak akan menimbulkan konflik antara agen dan *principle*. Mekanisme GCG sebagai sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan diharapkan dapat memberikan pengawasan terhadap manajemen sebagai pihak agen dalam mengelola perusahaan sehingga hal tersebut dapat menyakinkan *principal* bahwa agen telah bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil empiris atau hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zuleika dan Koesnugroho (2022); Dhevanti *et al.*, (2022) menyatakan bahwa GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 H_1 : GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Natalie & Lisiantara 2022). Menurut Rachman & Priyadi (2022) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam periode waktu tertentu. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam waktu yang sudah ditentukan. Perusahaan yang memperoleh laba besar berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi atau membayar dividen. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka perusahaan memiliki kinerja yang baik, sebaliknya jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang rendah maka perusahaan tersebut memiliki kinerja yang buruk. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan prospek masa depan perusahaan baik mampu menarik investor untuk berinvestasi yang nantinya tentu akan menaikkan harga nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Merujuk *Agency Theory* dijelaskan bahwa terdapat kontrak antara *principal* dengan *agent*. Pada hal ini terdapat tanggung jawab yang besar yang diberikan oleh *principal* kepada *agent* dalam mengelola keuangan perusahaan tersebut agar mencapai laba yang maksimal. Besar kecilnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan tergantung oleh kinerja manajemen dalam mengelola keuangan. Berdasarkan teori tersebut, semakin besarnya laba yang diperoleh perusahaan maka kinerja manajemen dijalankan dengan baik.

Profitabilitas yang menunjukkan kinerja tinggi perusahaan baik maka para *stakeholders* akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba penjualan dan investasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memanfaatkan aset secara efektif dan efisien sehingga perusahaan dengan laba tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil Dhevanti *et al.*, (2022); Gz & Lisiantara (2022); Lembayung *et al.*,

(2022); Rachman dan Priyadi (2022); Hardiningsih et al., (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

GCG merupakan suatu sistem yang mengatur serta mengendalikan perusahaan dengan menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para *stakeholder*. Dalam pengungkapan *CSR* perusahaan dapat menciptakan nilai tambah (*value added*) dengan mewujudkan responsibilitas entitas terkait dengan segala bentuk entitas. Melalui pengungkapan *CSR*, para pemegang saham dapat mengevaluasi serta mengontrol kinerja perusahaan, sehingga para pemegang saham percaya bahwa perusahaan akan menjalankan bisnis dengan penuh rasa tanggung jawab dan tidak semena-mena sehingga menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi untuk mencapai tujuan dan kepentingan pemegang saham. Tata kelola perusahaan yang baik harus diimbangi dengan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Pada *Agency Theory* dijelaskan bahwa adanya kepentingan dan perilaku dari principal atau sebagai pemegang saham yang telah memberikan wewenang terhadap pihak agen sesuai dengan keputusan agar bertindak dan membuat keputusan dan tujuan bersama.

Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliusman dan Kusuma (2020); Widyaningsih (2018) yang memperoleh hasil penelitian bahwa *CSR* mampu memoderasi pengaruh *GCG* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: *CSR* mampu memperkuat hubungan *GCG* terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan untuk memaksimalkan laba

dalam perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan perusahaan tersebut menghasilkan laba yang tinggi. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi serta didukung oleh *CSR* yang baik akan menghasilkan nilai perusahaan yang baik pula (Rachman & Priyadi 2021). Penerapan program *CSR* juga dapat meningkatkan citra perusahaan yang akan menarik investor untuk berinvestasi dengan itu perusahaan akan memiliki reputasi positif dimasyarakat dalam bentuk tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

Pada *Agency Theory* menyatakan bahwa tanggung jawab besar yang diberikan oleh principal kepada agent dalam mengelola keuangan perusahaan agar mencapai laba yang maksimal. Besar kecilnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan tergantung oleh kinerja manajemen dalam mengelola keuangan.

Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliusman dan Kusuma (2020); Widyaningsih (2018) yang memperoleh hasil penelitian bahwa *CSR* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: *CSR* mampu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah perusahaan sektor telekomunikasi dan farmasi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Menggunakan pengamatan periode penelitian tahun 2016-2021. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 16 perusahaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan sektor telekomunikasi dan farmasi yang memiliki laba.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang diperoleh dari laporan keuangan dan *Annual Report* sumber lain yang telah ada. Data yang menggunakan situs www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com

Teknik Analisis

Analisis *Moderating Regression Analysis* (MRA) oleh Ghozali (2018) untuk melakukan uji intraksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi yang khusus untuk regresi berganda linier dimana dalam persamaan tersebut mengandung unsur intraksi didalam regresinya. Menurut Ghozali, tujuan analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dan variabel dependen dengan adanya variabel moderating akan mengetahui memperkuat atau memperlemah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil seleksi kriteria sampel memperoleh 70 data. Pada pengujian normalitas data tahap pertama tidak terdistribusi normal, sehingga perlu dilakukan penghilangan outlier data dan memperoleh 66 data.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi pada suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimal dan minimal (Ghozali, 2018). Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	66	.00020	29.02460	3.4248106	4.53184308
GCG	66	-1.58184	2.75727	-.1417418	.77098587
ROA	66	.00209	.32755	.1116345	.08358498
CSRI	66	.12088	.51648	.3330000	.11168386
SIZE	66	1.209.855	30.87621	21.7271418	5.73687554
DER	66	.00146	5.15339	.9522377	1.08100761
Valid N (listwise)	66				

Sumber : Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 hasil uji statistika deskriptif yang diteliti sebanyak 66 sampel perusahaan sektor telekomunikasi dan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2021. Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) memiliki nilai minimal sebesar 0,00020 dan nilai maksimal sebesar 29,02460. Nilai rata-rata PBV menunjukkan hasil yang positif sebesar 3,424. Nilai standar deviasi PBV sebesar 4,5318 lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata PBV.

Nilai rata-rata GCG pada hasil uji sebesar -0,1417 dengan standar deviasi sebesar 0,779. Hasil ini menunjukkan bahwa sebaran pada variabel tidak merata, artinya sebaran data GCG lebih

fluktuatif. Nilai Minimal GCG pada hasil uji terbesar -1,58184 dan nilai maksimal sebesar 2,7572. Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA memiliki nilai rata-rata profitabilitas pada hasil uji sebesar 0,1116 lebih besar dari standar deviasi sebesar 0,0835, artinya sebaran data lebih merata. Nilai Minimal profitabilitas pada hasil uji terbesar 0,3275 dan nilai maksimal sebesar 0,3275 Artinya sebaran data profitabilitas lebih merata.

CSR yang diukur menggunakan CSRI memiliki nilai rata-rata CSR pada hasil uji sebesar 0,3330 dan mempunyai standar deviasi atas tingkat penyimpangan sebesar 0,116. Nilai minimal CSR pada hasil uji terbesar 0,1208 dan nilai maksimal sebesar

0,51648. Artinya sebaran data CSR lebih merata.

Ukuran perusahaan yang diukur menggunakan SIZE memiliki nilai rata-rata ukuran perusahaan pada hasil uji sebesar 21,727 dan mempunyai standar deviasi atas tingkat penyimpangan sebesar 5,736. Nilai minimal ukuran perusahaan pada hasil uji terbesar 12,0985 dan nilai maksimal sebesar 30,876. Artinya sebaran data ukuran perusahaan lebih merata. *Leverage* yang diukur menggunakan DER memiliki nilai rata-rata *leverage* pada hasil uji sebesar 0,952 dan mempunyai standar deviasi

atas tingkat penyimpangan sebesar 1,081. Nilai minimal *leverage* pada hasil uji terbesar 0,00146 dan nilai maksimal sebesar 5,153. Artinya sebaran data *leverage* lebih flukatif

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji dan mengukur kualitas atau kelayakan atas model regresi dalam penelitian.

Tabel 2 Uji Asumsi Klasik

Model	Uji Multikolonieritas		Uji Heteroskedastisitas
	Tolerance	VIF	Sig.
(Constant)			.454
GCG	.100	9.967	.463
ROA	.220	4.538	.880
GCG*CSRI	.102	9.758	.352
ROA*CSRI	.281	3.554	.428
SIZE	.534	1.872	.999
DER	.668	1.497	.344
Zskewness			.065
Zkurtosis			-.024
Durbin Watson			1.978

Sumber:Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan uji normalitas memperoleh nilai Zskewness dan Zkurtosis lebih kecil dari 1,96. Maka hal itu menunjukkan bahwa data telah berdistribusi normal. Nilai Zskewness sebesar 0,2155 < 1,96 dan Zkurtosis sejumlah -0,0397 < 1,96. Maka hal itu menunjukkan bahwa data sudah berdistribusi normal. Uji multikolonieritas pada tabel 2 bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen > 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut dinyatakan bebas multikolonieritas. Uji heteroskedestisitas menunjukkan kelima variabel bebas digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji

autokorelasi dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,184 dari dasar pengambilan keputusan disimpulkan bahwa $dU < dW < 4-dU = 1,4102 < 1,978 < 2,5898$ sehingga tidak ada autokorelasi positif dan negatif.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Uji *Moderating Regression Analisis* digunakan untuk mengetahui pengaruh antara hubungan variabel independent dan variabel dependen dapat memperkuat atau memperlemah. Hasil dari analisis regresi linier berganda dan MRA adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Uji regresi linier berganda dan MRA

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error			
(Constant)	-2.901	2.059	-1.409	.164	
GCG	-5.486	1.335	-4.110	.000	H ₁ ditolak
ROA	11.777	8.307	1.418	.162	H ₂ ditolak
1 GCG*CSRI	15.853	4.292	3.693	.000	H ₃ diterima
ROA*CSRI	-42.836	24.381	-1.757	.084	H ₄ ditolak
SIZE	.120	.078	1.549	.127	H ₅ ditolak
DER	.808	.369	2.191	.032	H ₆ diterima
Uji F				.003	
Uji Koefisien Determinasi				.207	

Sumber : Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka diketahui bahwa model persamaan regresi linier berganda dan MRA adalah sebagai berikut :

$$PBV = -2,901 - 5,486GCG + 11,777ROA + 15,853GCG * CSRI - 42,836 ROA * CSRI + 0,120 SIZE + 0,808DER$$

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,207. Hal ini menunjukkan bahwa 20,7% dengan sisanya sebanyak 79,3% nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang terdapat dalam model penelitian. Uji F dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 3,833 dengan nilai signifikansi 0,003. Hal ini menunjukkan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen karena nilai signifikansi < 0,05 sehingga di simpulkan penelitian ini layak.

Tabel 3 menggambarkan bahwa nilai signifikan variabel *GCG* ,000 < 0,05 dengan arah negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang sama menunjukkan bahwa nilai tidak signifikan pada profitabilitas 0,162 > 0,05 dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya nilai signifikan interaksi antara *CSR* dan *GCG* ,000 < 0,05 dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda menunjukkan bahwa intraksi

antara profitabilitas dan *CSR* 0,083 > 0,05 dengan arah negatif terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian tidak dapat membuktikan bahwa *GCG* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *GCG* merupakan praktik tata kelola perusahaan dengan menerapkan aturan atau pedoman untuk menciptakan nilai tambah semua *stakeholder*. Namun hasil penelitian ini justru memiliki arah negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan telah menerapkan praktik *GCG* namun, perusahaan belum menerapkan implementasi secara penuh sesuai dengan prinsip-prinsip *GCG* atau bisa dikatakan perusahaan menggunakan *GCG* praktik hanya sebagai formalitas saja untuk memenuhi peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keangenan karena terdapat konflik antara principal dan agen. Hal ini terjadi akibat manajer tidak mampu mengelola perusahaan secara efektif dan efisien sehingga kepercayaan principal terhadap agen berkurang. *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (*PBV*) didukung oleh hasil penelitian yang telah

dilakukan Lembayung *et al.*, (2022) dan Mutmainah (2015).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan laba pada periode tertentu. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kemampuan perusahaan dalam meningkatkan keuntungan akan memiliki prospek yang baik dimasa depan dan perusahaan mampu memanfaatkan aset secara efektif dan efisien yang baik sehingga perusahaan dapat memperoleh kemampuan laba lebih tinggi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian ini perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk memanfaatkan asset dengan baik dan kurang mampu untuk memaksimalkan laba.

Temuan ini tidak mendukung teori keagenan karena terdapat konflik antara principal dan agent. Hal ini terjadi karena principal memberikan tanggung jawab penuh kepada agent dalam mengelola keuangan perusahaan tersebut. Namun agent tidak mampu mengelola keuangan perusahaan dengan baik.

.Penelitian ini didukung oleh penelian dari Natalie & Lisiantara (2022); Mahanani & Kartika (2022); Putra & Sunarto (2021) dan Manan (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CSR* memperkuat pengaruh *GCG* terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa kinerja perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan. seiringi dengan adanya pengungkapan *CSR* yang baik maka tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dengan memberikan nilai tambah bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan untuk memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan.

Temuan ini mendukung *Agency Theory* yang menyatakan bahwa adanya kepentingan dan perilaku dari principal atau sebagai pemegang saham yang telah memberikan wewenang terhadap pihak agen sesuai dengan keputusan agar bertindak dan membuat keputusan dan tujuan bersama sesuai dengan kepentingan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliusman & Kusuma (2020) dan Negara (2019) menyatakan bahwa *CSR* memperkuat pengaruh *GCG* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CSR* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan kurang mampu memaksimalkan laba dan memanfaatkan aset dengan baik sehingga perusahaan kurang mampu untuk membiayai pengungkapan *CSR*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keagenan karena agent tidak mampu melaksanakan tanggung jawab yang diberikan principal untuk mengelola keuangan perusahaan agar mencapai laba yang maksimal sehingga terjadi konflik antara principal dan agent. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman & Priyadi (2022); Fadhilah *et al.*, (2021) dan Raningsih & Artini (2018) yang menyatakan bahwa *CSR* memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan belum dapat menjadi variabel kontrol dalam hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Temuan ini tidak mendukung teori keagenan yang menyatakan pemberi kewenangan (principal) akan menuntut penerima kewenangan (agent) agar mencapai tujuan secara maksimal yaitu profitabilitas. Namun dengan ukuran perusahaan yang kecil pasti memiliki sumber daya yang lebih kecil dan cukup buruk akan timbul konflik principal terhadap agent karena tidak dapat

mengelola perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Irmalasari *et al.*, (2022) dan (Sintadevi, 2021) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* besar menunjukkan resiko investasi yang besar pula sedangkan perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki resiko yang rendah. *Leverage* dapat tercermin dalam besaran *Debt Equity Ratio* (DER). Perusahaan yang dengan DER yang besar maka akan kecil laba yang diberikan kepada pemegang saham sehingga harga saham menurun. Semakin rendah DER maka nilai perusahaan akan meningkat dengan ini akan meningkatkan kepercayaan investor. Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan yaitu principal memberikan wewenang kepada agent untuk mengambil setiap keputusan yang baik demi kelangsungan hidup perusahaan. Termasuk keputusan yang diambil manajemen yang mengambil hutang demi berjalannya kegiatan operasional perusahaan. Hal tersebut terjadi karena principal menganggap bahwa agent yang paling mengetahui seluruh kegiatan perusahaan tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian Fadhilah *et al.*, (2021) dan Pratama & Nurhayati (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

lainnya yang akan mempengaruhi nilai perusahaan seperti likuiditas, struktur modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhevanti, R. D., Budiyono, & Suprihati. (2022). Pengaruh Intellectual Capital, Profitabilitas dan Kebijakan Hutang Terhadap Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(1), 1–10.
- Ekon.go.id. (2020). Dorong Pemulihan dan Ekonomi, Kini KUR dapat Dinikmati Sektor Ekonomi. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/402/dorong-pemulihan-ekonomi-kini-kur-dapat-dinikmati-seluruh-sektor-ekonomi>
- Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal AKUNIDA*, 7(1), 190–204.
- Fauziah, I. N., & Sudiyatno, B. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bei Periode 2016-2018). *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(2), 107–119. www.idx.co.id
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gz, A. A., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh profitabilitas , struktur modal , ukuran perusahaan , likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Owner*, 6, 3974–3987.
- Hardiningsih, P., Fatmawati, T., & Srimindarti, C. (2018). Kontijensi Good Corporate Governance Dalam

- Determinan Nilai Perusahaan. *Prosiding SENDI_U 2018*, 4, 608–615.
- Indonesia.go.id. (2020). *Capaian ekonomi masih dihantui pandemi*. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2270/capaian-ekonomi-masih-dihantui-pandemi>
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Indah Muliasari. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 443–460. <https://doi.org/10.21009/japa.0302.11>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*, *Journal of Financial Economics*.
- Kominfo.go.id. (2021). *Jadi Enabler Aktivitas Ekonomi, Tahun 2020 Sektor Informasi dan Komunikasi Tumbuh 10,58%*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/32564/siaran-pers-no-36hmkominfo022021-tentang-jadi-enabler-aktivitas-ekonomi-tahun-2020-sektor-informasi-dan-komunikasi-tumbuh-10580/siaran_pers
- Kontan.go.id. (2021). *Industri farmasi bakal dapat insentif ini harapan Kimia Farma (KAEF)*. <https://amp.kontan.co.id/news/industri-farmasi-bakal-dapat-insentif-ini-harapan-kimia-farma-kaef>
- Lembayung, H. D., Titisari, K. H., & Masitoh, E. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 15–21.
- Liputan6.com. (2020). *Menengok Kinerja Sido Muncul selama Pandemi Covid-19*. <https://m.liputan6.com/bisnis/read/4432868/menengok-kinerja-sido-muncul-selama-pandemi-covid-19>
- Maduma, T., & Naibaho, E. A. B. (2021). Pengaruh Tax Avoidance, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(1), 1–20.
- Mahayani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1). <https://doi.org/10.47491/landjournal.v2i1.1102>
- Manan, A. (2021). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2014-2019). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 50, 83–99.
- Mutmainah. (2015). Analisis Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i2.63>
- Nadriyah, P., & Fitria, A. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1), 131–138.
- Nataje, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(4), 4175–4186.
- Negara, I. K. (2019). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabelpemeroderasi (Studi Pada Indeks Sri-Kehatiyang Listed Di Bei). *Jmm Unram - Master of*

- Management Journal*, 8(1), 46–61.
<https://doi.org/10.29303/jmm.v8i1.414>
- Pratama, G., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 647–659.
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Rachman, M. R., & Priyadi, M. P. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(1), 1131.
<https://doi.org/10.24912/jpa.v3i3.14905>
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(8), 1997–2026.
- Rosalia, J., Utami, W. B., & Pratiwi, D. N. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *Jurnal Akuntansi*, 2013.
- Sintadevi, N. P. R. (2021). Analisis Penerapan Corporate Internet dan Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan terdapat dalam Indeks Kompas100). *Accounting and Business Information System Journal*, 9(1), 248–253.
- Widyaningsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Serta Komite Audit Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(01), 38–52.
- Yuliusman, & Kusuma, I. L. (2020). Hubungan Good Corporate Governance dengan Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Oleh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(1), 91–102.
- Zuleika, D. A., & Koesnugroho, Y. A. (2022). CSR Sebagai Moderasi Hubungan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Tahun 2018-2020. *Owner*, 6(2), 1281–1291.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.741>

Pengaruh eco-efisien, aktivitas operasi, akuntansi lingkungan

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%

★ repository.unair.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off