



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

Elin Erlina Sasanti¹, Animah², M Ali Fikri³

^{1,2,3} Universitas Mataram

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima:

10 Februari 2023

Disetujui:

7 Maret 2023

Dipublikasikan :

2 April 2023

Keywords:

Corporate Social

Responsibility,

Corporate

Governance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel moderasi. Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini teori legitimasi, stakeholder dan agency theory. Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Sumber data yang didapat bersumber data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang go public tahun 2018-2020. Teknik sampling purposive sampling dengan jumlah sampel 54. Alat analisis yang digunakan moderat regression analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR, Nilai perusahaan, *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variable corporate governance tidak memperkuat atau memperlemah dalam hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Implikasi penelitian ini adalah bahwa dalam masa pandemi agak sulit untuk memprediksi dari sisi keuangan, hal ini disebabkan faktor ketidakpastian yang tinggi, meskipun pengelolaan perusahaan sudah baik.

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH CORPORATE GOVERNANCE AS MODERATING VARIABLE.

Abstract

This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility on company value with corporate governance as a moderation Variable. The grand theory used in this study is legitimacy theory, stakeholders, and agency theory. This type of research is descriptive quantitative. The data source obtained is sourced from secondary data obtained from www.idx.co.id. The research population is manufacturing companies going public in 2018-2020. Purposive sampling technique with a total sample of 54. The analysis tools used are moderate regression analysis. The results showed that CSR, company values, Corporate Governance have no effect on company value. Meanwhile, the study found that corporate governance does not strengthen or weaken the relationship between CSR and company values. The implication of this study is that during a pandemic it is rather difficult to predict from the financial side, this is due to the high uncertainty factor, even though the company already managed very well.

© 2023 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

✉ Alamat korespondensi:

animahmtr@unram.ac.id

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai bentuk kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan selama beroperasi. Untuk melaksanakan fungsinya, perusahaan tidak lepas dari ketergantungan pada pihak lain (*stakeholder*). Kerja sama untuk mencapai tujuan dari masing-masing *stakeholder* menjadi satu hal yang penting dari suatu sistem kemasyarakatan, di samping memenuhi kepentingan *shareholder* (pemegang saham). Aktivitas ini dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (Haryono, 2020). Secara teoritis *corporate social responsibility* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan cara perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tapi juga untuk para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, sosial, konsumen, dan lingkungan sekitar. Tujuan bisnis tidak hanya untuk kepentingan mencari laba, tetapi juga untuk menjaga lingkungan sekitar.

Meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan cara penyebaran informasi. Sesuai dengan *Signalling Theory* informasi ini merupakan sinyal yang dibuat oleh perusahaan untuk investor, dimana sinyal ini diharapkan dapat direspon positif oleh investor. Selain itu dengan penyebaran informasi tentang kinerja perusahaan ini akan dapat mengurangi adanya asimetri informasi antara manajemen dengan investor. Terdapat beberapa jenis informasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Ermayanti (2019), yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan, sedangkan menurut Rahmawati (2014) yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Governance*, dan *Corporate Social Responsibility*. Berbeda lagi dengan pendapat dari Gultom, Agustina, dan Wijaya (2013) menurut mereka yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Menurut Mulianti (dikutip oleh Susato dan Subekti, 2012), faktor keuangan merupakan faktor penting dalam hal mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan tujuan perusahaan untuk selalu berada dalam kondisi yang menguntungkan. Oleh karena itu pihak manajemen perusahaan harus selalu berusaha menunjukkan performa keuangan yang baik yang nantinya akan ditampilkan dalam laporan keuangan perusahaan.

Selain CSR, faktor non-keuangan lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Good Corporate Governance* (GCG). Penerapan konsep tata kelola oleh perusahaan ini dapat menarik minat investor karena mereka akan percaya pada perusahaan yang telah menerapkan konsep GCG. Hal ini disebabkan karena perusahaan akan berusaha untuk lebih transparan dan bertanggung jawab dalam mengelola dana investasi. Selain itu dengan konsep ini, konflik keagenan yang akan muncul antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak investor akan dapat berkurang. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Melani dan Wahidahwati (2017) yang menyatakan bahwa dengan menerapkan GCG, maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berdampak pada peningkatan harga saham. Dengan demikian, selain memiliki kinerja keuangan optimal perusahaan juga diharapkan memiliki tata kelola yang baik, karena saat ini investor juga melihat apakah perusahaan telah menerapkan GCG dengan baik sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan mereka.

Nilai perusahaan menjadi begitu sangat penting di tengah persaingan antar perusahaan untuk berlomba menarik minat para investor untuk berinvestasi di

perusahaannya. Oleh karena itu diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian terdahulu mengenai GCG maupun CSR serta kaitannya dengan nilai perusahaan telah dilakukan sebelumnya misalnya oleh Susanto dan Ardini (2016) yang menyebutkan bahwa profitabilitas dan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun GCG tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diperoleh Susanto dan Subekti (2012) yang menghasilkan kesimpulan bahwa pengungkapan CSR, komite audit, dan kepemilikan institusional tidak dapat mendukung peningkatan nilai perusahaan, tetapi komisaris independen dan kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang lain dilakukan oleh Al'Akbar (2016) mengindikasikan bahwa kinerja keuangan terbukti dapat meningkatkan nilai perusahaan, tetapi CSR dan GCG sebagai variabel pemoderasi tidak dapat memperkuat hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi (2020) menyatakan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwita et al. (2019) dan Saadah et al. (2022), kedua hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan Muliani et al. (2018), Hutabarat & Siswantaya (2015), serta Latupono & Andayani (2015) yang menemukan tidak menemukan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal antara lain rendahnya pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan, rendahnya minat investor terhadap pengungkapan CSR sebagai informasi yang digunakan dalam suatu dasar pengambilan keputusan investasi, dan variabel CSR yang tidak dapat diukur secara akurat.

Variabel Good Corporate Governance seringkali diproksikan dengan kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit. Beberapa penelitian terdahulu menggunakan GCG sebagai variabel pemoderasi antara hubungan CSR dan nilai perusahaan. Latupono & Andayani (2015) menemukan bahwa GCG yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Wirawati (2019) menemukan bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi (2020) yang menemukan bahwa GCG sebagai variabel pemoderasi memperlemah hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Berdasarkan telaah beberapa sumber referensi penelitian tentang nilai perusahaan tersebut, masih terdapat hasil yang berbeda atau inkonsistensi hasil penelitian sehingga diperlukan pengujian lebih lanjut untuk melihat peranan CSR dalam mendukung peningkatan nilai perusahaan yang diperkuat dengan penerapan konsep GCG. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan di Indonesia yang termasuk dalam sektor manufaktur. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sektor tersebut merupakan sektor utama atas keberhasilan pencapaian kinerja pasar saham Indonesia dimana Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) telah mengalami pertumbuhan dan mencetak rekor indeks baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan untuk perusahaan agar menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang nyaman di perusahaan dengan masyarakat sehingga perusahaan dapat memiliki citra yang bagus dimasyarakat sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu juga penelitian ini dapat menjadi acuan untuk para pemegang kepemilikan institusional, kepemilikan

manajerial, komisaris independen, dan rapat komite audit dalam menjalankan tata kelola perusahaan itu.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih berkenaan dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2017). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dimana informasi atau data yang diperoleh berdasarkan data yang sudah didokumentasikan. Data penelitian ini diperoleh dari www.idx.co.id dalam bentuk laporan keuangan dari tahun 2018-2020. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2020. Pengambilan objek populasi dalam penelitian ini dengan menggunakan data *cross section* yaitu data yang terdiri dari beberapa objek yang dikumpulkan pada suatu waktu tertentu. Sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 1 Perolehan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2020	178
2	Perusahaan yang mengalami kerugian dan listing antara tahun (2018-2020)	(53)
3	Laporan keuangan tidak tersedia/delisting dan delisting	(4)
4	Menggunakan mata uang selain rupiah	(8)
5	Perusahaan yang tidak mencantumkan nilai KM, KI, RKA.	(95)
Jumlah sampel penelitian		18
Jumlah unit observasi (3 tahun)		54

Sumber: data sekunder diolah, www.idx.co.id, 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah model regresi telah memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), yang bermakna model regresi yang digunakan sebagai estimator yang andal karena tidak bias, konsisten, terdistribusi normal, dan efisien. Analisis yang dilakukan untuk pengujian asumsi klasik adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	54
Test Statistic	.088
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c

Sumber: data sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa data sudah terdistribusi normal, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi telah lebih dari 0,05 yaitu dengan nilai 0,200.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.788	.914		3.050	.004		
CSR (X1)	.187	.200	.137	.935	.355	.759	1.318
KI (Z1)	.056	.068	.111	.827	.412	.905	1.105
KM (Z2)	-.026	.053	-.073	-.495	.623	.746	1.340
DKI (Z3)	-.619	.296	-.309	-2.093	.042	.751	1.332
RKA (Z4)	.738	.361	.279	2.044	.046	.877	1.140

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada pada tabel 3 menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10, dimana nilai tolerance masing-masing variabel yaitu CSR sebesar 0,759, komisaris independen sebesar 0,905, kepemilikan manajerial 0,746, dewan komisaris independen 0,751, dan rapat komite audit sebesar 0,877. Selain itu, jika dilihat dari hasil nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF kurang dari 0,5. Dimana nilai VIF masing-masing variabel yaitu CSR sebesar 1,318, komisaris indepen 1,105, kepemilikan manajerial 1,340, dewan komisaris independen 1,332, dan rapat komite audit sebesar 1,140. Merujuk pada nilai *Tolerance* dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.555	34.728		-.218	.829
CSR (X1)	-99.593	88.951	-.142	-1.120	.268
KI (Z1)	.157	.261	.071	.600	.551
KM (Z2)	-.531	.463	-.139	-1.149	.256
DKI (Z3)	-5.371	10.748	-.064	-.500	.620
RKA (Z4)	20.384	3.838	.607	5.311	.080

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4 menunjukkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikan yang semuanya lebih dari 0,05.

Uji Auto Korelasi

Tabel 5 Uji Auto Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.463 ^a	.214	.132	.97623	2.531

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil uji auto korelasi menggunakan nilai Durbin-Watson pada Tabel 5 didapatkan hasil dimana N: 58, d: 2.531, dl: 1.4692, dan du: 1.6860. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai du (1.6860) < d (2.531), dan nilai d 2.531 < 4-du (2.314). Mengenai perolehan tersebut hasil menunjukkan bahwa du < d dan d < 4-du, sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian tidak terjadi masalah auto korelasi.

Uji Hipotesis

Tabel 6 Uji Pengaruh X Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.839	.404		9.493	.000
	CSR (X1)	.214	.186	.157	1.150	.255

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana pada tabel 6 yang menunjukkan tidak terdapat hubungan antar Variabel X dan Y, ditandai dengan nilai Sig > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PER).

Uji Hubungan Moderasi Antar X1 dengan Empat Variabel Moderasi

Tabel 7 Hasil Uji Moderasi Kepemilikan Institusional

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.788	.914		3.050	.004
	CSR (X1)	.187	.200	.137	.935	.355
	KI (Z1)	.056	.068	.111	.827	.412

a. Dependent Variable: Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.658	2.936		-1.246	.219
	CSR (X1)	-2.402	1.260	-1.767	-1.907	.063
	KI (Z1)	.776	.277	1.542	2.798	.008
	CSR*KI	.284	.105	1.381	2.715	.009

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada output pertama > 0,05 yaitu 0,412 yang berarti tidak berpengaruh signifikan, sedangkan

pengaruh interaksi kepemilikan instutisional dengan CSR terhadap nilai perusahaan pada output kedua < 0,05 yaitu senilai 0,009 yang berarti berpengaruh signifikan dan mengindikasikan bahwa kepemilikan intitusional merupakan variabel pemoderasi.

Tabel 8 Hasil Uji Moderasi Kepemilikan Manajerial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.788	.914		3.050	.004
CSR (X1)	.187	.200	.137	.935	.355
KM (Z2)	-.026	.053	-.073	-.495	.623

a. Dependent Variable: Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.658	2.936		-1.246	.219
CSR	-2.402	1.260	-1.767	-1.907	.063
KM	-.015	.193	-.042	-.079	.937
CSR*KM	-.031	.105	-.137	-.293	.007

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada output pertama > 0,05 yaitu 0,623 yang berarti tidak berpengaruh signifikan, sedangkan pengaruh interaksi kepemilikan manajerial dengan CSR terhadap nilai perusahaan pada output kedua < 0,05 yaitu senilai 0,007 yang berarti berpengaruh signifikan dan mengindikasikan bahwa kepemilikan manajerial merupakan variabel pemoderasi.

Tabel 9 Hasil Uji Moderasi Komisaris Independen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.788	.914		3.050	.004
CSR (X1)	.187	.200	.137	.935	.355
DKI (Z3)	-.619	.296	-.309	-2.093	.042

a. Dependent Variable: Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.658	2.936		-1.246	.219
CSR	-2.402	1.260	-1.767	-1.907	.063
DKI	-.193	1.035	-.096	-.186	.853
CSR*DKI	.080	.476	.073	.169	.867

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada output pertama < 0,5 yaitu 0,042 yang berarti berpengaruh signifikan, sedangkan pengaruh interaksi kepemilikan manajerial dengan CSR terhadap nilai perusahaan pada output

kedua > 0,5 yaitu senilai 0,867 yang berarti tidak berpengaruh signifikan dan mengindikasikan bahwa dewan komisaris independen bukan merupakan variabel pemoderasi.

Tabel 11 Hasil Uji Moderasi Komite Audit

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.788	.914		3.050	.004
CSR (X1)	.187	.200	.137	.935	.355
RKA (Z4)	.738	.361	.279	2.044	.046

a. Dependent Variabel: Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.658	2.936		-1.246	.219
CSR	-2.402	1.260	-1.767	-1.907	.063
RKA	3.421	1.293	1.295	2.646	.011
CSR*RKA	1.199	.635	1.354	1.888	.066

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022.

Pengaruh rapat komite audit terhadap nilai perusahaan pada output pertama <0,5 yaitu 0,046 yang berarti berpengaruh signifikan, sedangkan pengaruh interaksi rapat komite audit dengan CSR terhadap nilai perusahaan pada output kedua yaitu 0,66 yang > 0,5 bermakna tidak berpengaruh signifikan, sehingga mengindikasikan bahwa rapat komite audit bukan variabel pemoderasi.

Uji F Hubungan keempat Variabel Moderasi

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.450	5	2.490	2.613	.036 ^b
	Residual	45.745	48	.953		
	Total	58.195	53			

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.214	.132	.97623

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022.

Hasil uji F pada tabel 12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dibawah 0,5 yaitu sebesar 0,036. Perolehan tersebut memiliki arti bahwa pengaruh CSR sebagai variabel dependen dan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi yang

di proksikan dengan Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris Independen, dan Rapat Komite Audit bersama-sama dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai adjusted-R² sebesar 0,132 menunjukkan bahwa CSR sebagai variabel independent dan GCG sebagai variabel pemoderasi hanya bisa menjelaskan 13,2% variasi dari nilai perusahaan, sementara 87,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ikut menjadi variabel penelitian ini.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, yang berarti penerapan CSR dalam suatu perusahaan, dimana dalam hal ini adalah perusahaan sektor manufaktur, tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam suatu perusahaan implementasi penerapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan diantaranya dapat terjadi karena masyarakat atau konsumen yang membeli barang tidak memperhatikan atau melihat bagaimana penerapan CSR di suatu perusahaan tetapi lebih mengarah pada membeli untuk kebutuhan sendiri atau hanya melihat harga. Barang dengan harga murah justru akan lebih banyak dilirik, sehingga dapat meningkatkan tingkat nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Karina & Setiadi (2020), Saadah et al. (2022), Purwita et al. (2019) dan Puspitasari & Ermayanti (2019) yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Muliani et al. (2018) dan Hutabarat & Siswantaya (2015) yang menyaran tidak terdapat pengaruh antara pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka Hipotesis 1 bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Moderasi yang diproksikan dengan Kepemilikan Institusional

GCG pada penelitian ini yang diproksikan dengan kepemilikan institusional, berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Proporsi kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham mayoritas, sehingga dalam rapat umum pemegang saham menjadi pihak pengendali. Dengan begitu, kepemilikan institusional dapat mempengaruhi keputusan suatu perusahaan dalam melakukan *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan sejalan dengan penelitian Fitriana (2019) dan Edison (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*, sehingga, semakin tinggi kepemilikan institusional, maka dapat mendorong peningkatan pengungkapan CSR. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wulandari (2021).

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Moderasi yang diproksikan dengan Kepemilikan Manajerial

GCG pada penelitian ini yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial, dimana berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam pengelolaan perusahaan kepemilikan manajerial memegang peranan penting sebagai pihak yang menjalankan perusahaan. Dalam menjalankan perusahaan, manajer memiliki peran penting untuk menghubungkan antara *stakeholder* dengan perusahaan seperti masyarakat, investor dan lainnya. Selain itu manajer juga dibebankan atas setiap risiko jika terdapat kerugian dikarenakan akibat proses pengambilan keputusan yang salah. Dengan begitu adanya kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan dapat mensejajarkan

kepentingan di antara manajer dan pemegang saham, dikarenakan manajer juga turut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan. Hasil penelitian ini yang mengindikasikan bahwa GCG yang diproksikan oleh kepemilikan manajerial dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, sejalan dengan hasil penelitian Latupono & Andayani (2015) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Puspitasari & Ermayanti (2019).

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Moderasi yang diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen

GCG yang diproksikan dengan dewan komisaris independen berdasarkan hasil data menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini kemungkinan disebabkan karena pada hakikatnya, dewan komisaris independen bukan merupakan anggota manajemen maupun pemegang saham mayoritas, atau pejabat yang memiliki hubungan langsung atau tidaknya dengan pemegang saham mayoritas suatu perusahaan yang mengawasi pengelolaan perusahaan. Selain itu pada umumnya keberadaan dewan komisaris independen hanya untuk memenuhi ketentuan yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai pihak yang berwenang dalam Bursa Efek Indonesia. Hal ini tercermin dari rata-rata jumlah anggota dewan komisaris independen yang berkisaran sesuai dengan ketentuan. *Good Corporate Governance* yang diproksikan oleh dewan komisaris independen tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan sejalan dengan hasil penelitian Alfinur (2016) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen tidak dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Moderasi yang diproksikan dengan Rapat Komite Audit

GCG yang diproksikan dengan rapat komite audit berdasarkan hasil data menunjukkan bahwa rapat komite audit tidak dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Komite audit adalah komite yang bertugas membantu dewan komisaris dalam melakukan pengawasan terhadap manajemen perusahaan. Untuk itu keberadaan rapat komite audit dalam perusahaan dianggap hanya formalitas semata untuk memenuhi tuntutan regulasi saja (Muryati & Suardikha 2014), sehingga sebagai bagian yang tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan, maka rapat komite audit tidak dapat memberikan pengaruh atau keputusan terhadap implementasi CSR pada perusahaan. Hasil GCG yang diproksikan oleh rapat komite audit tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, sejalan dengan hasil penelitian Cecilia & Julianti (2021), Prakoso (2020) dan Muryati & Suardikha (2014) yang menyatakan bahwa rapat komite audit tidak dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Namun bertolak dengan hasil penelitian Sari (2019).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui analisis data statistik dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini membuktikan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. Kepemilikan institusional dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- c. Kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- d. Dewan komisaris independen tidak dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

- e. Rapat komite audit dapat memoderasi corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.
- f. Sedangkan *Good Corporate Governance* sebagai moderasi melalui Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan mampu memoderasi, tetapi tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan atau dengan kata lain memiliki signifikansi yang lemah atau kurang

Saran

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan GCG bukan sebagai variabel moderasi dengan proksi kepemilikan manajerial, komite audit, komisaris independent, tetapi untuk proksi kepemilikan institusional merupakan variabel moderasi. Berdasarkan hasil ini saran untuk peneliti selanjutnya untuk menguji variabel yang tidak berpengaruh dengan menggunakan perusahaan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfinur. (2016). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Listing Di BEI. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 12(1), 44.
- Cecilia, J., L., & Julianti, S. (2021). Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Jumlah Rapat Komite Audit, Profitabilitas, Dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017--2019). *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 18(2), 179–199.
- Edison, A. (2017). Struktur Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Pengaruhnya Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Utama Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-201). *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 164–175.
- Fitriana, R. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 8(2), 1–18.
- Haryono, JI M. T. n.d., & C. S. R. (2020). *Analisis Leverage Ratio Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (pp. 341–351). 5 (November 2019).
- Hutabarat, C., A., & Siswantaya, G., I., D. (2015). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi*. 5(3), 248–253.
- Karina, M., R., D., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37–49.
- Latupono, S., S., & A. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(8), 1–15.
- Muliani, K., & Novitasari, G., L., N., & Saitri, W., P. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594->

2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht

- Muryati, S., T., N., N., & Suardikha, S., M., I. (2014). Pengaruh Corporate Governance pada Harga Saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 9(2), 411–429.
- Prakoso, M. A. B. (2020). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Pemoderasi Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei (2016-2018). *Seminar Nasional Pakar Sosial Humaniora*, 3(2), 2271–2272.
- Purwita, I., K., & Gama, S., W., A., & Astiti, Y., P., N. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017). *Seminar Nasional INOBALI 2019 Inovasi Baru Dalam Penelitian Sains, Teknologi Dan Humaniora* 852, 850–857.
- Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, 29–40.
- Saadah, L., & Aninditha, C., & Soedarman, M. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 16(2), 151–158.
- Sari, M., D., dan Wulandari, P. P. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Tera Ilmu Akuntansii*, 22(1), 1–18.
- Sari, R. (2019). Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 119. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v10i2.848>
- Wijaya, I., P., I., & Wirawati, P., G., N. (2019). Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(2), 1436–1463.