

***FINANCIAL PERFORMANCE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE
SEBAGAI DETERMINAN FIRM VALUE: PERAN MEDIASI CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)**

Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1
Program Studi Akuntansi**



Disusun Oleh:

Mega Amalia

NIM: 31401900099

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEMARANG

2022



***FINANCIAL PERFORMANCE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE
SEBAGAI DETERMINAN FIRM VALUE: PERAN MEDIASI CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY***

Disusun Oleh :

Mega Amalia

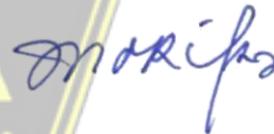
NIM : 31401900099

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
Dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Mengetahui, Semarang,
Kepala Program Studi S1 Akuntansi Pembimbing



Provita Wijavanti, SE., M.Si, Ak., CA
NIK. 211403012



Dr. Indri Kartika, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 211492004

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Mega Amalia

NIM : 31401900099

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : S1 Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian yang berjudul “**Financial Performance Dan Good Corporate Governance Sebagai Determinan Firm Value: Peran Mediasi Corporate Social Responsibility**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam penelitian ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab.

Semarang, 2 Februari 2023

Penulis

Mega amalia

ABSTRAK

Nilai perusahaan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh investor dalam menginvestasikan dana dalam perusahaan. Penelitian ini akan menguji beberapa faktor utama yang akan mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *financial performance*, dan *good corporate*. Selain beberapa faktor utama tersebut, penelitian ini juga menggunakan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* untuk tahun 2019-2021. Dengan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 141. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *annual report* & laporan keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*. *Financial performance*, *good corporate governace* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. *Financial performance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. *Good corporate governace* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dan *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh *financial performance* dan *good corporate governance* terhadap *firm value*.

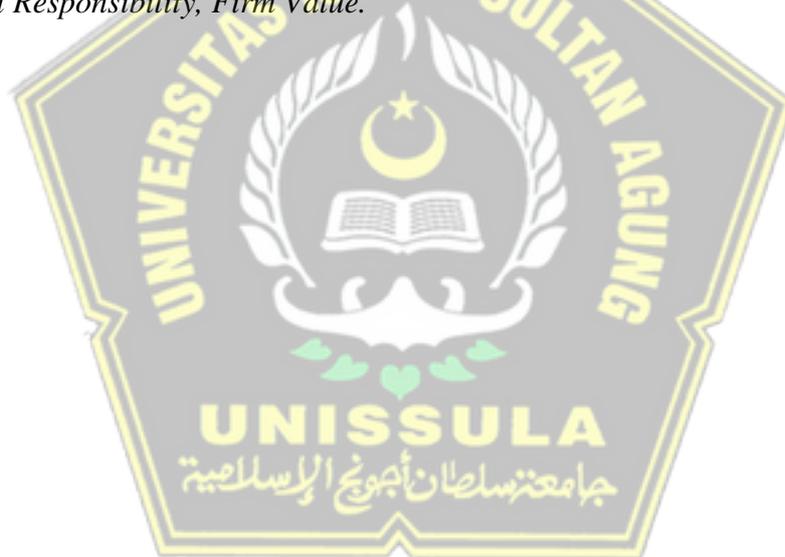
Kata Kunci: *Financial Performance, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value.*



ABSTRACT

Firm value is one of the factors considered by investors in investing funds in the company. This study will examine several main factors that will affect the value of the company, namely financial performance and good corporate. In addition to these several main factors, this study also uses corporate social responsibility as a mediating variable. The population in this study are companies listed on the Bursa Efek Indonesia for 2019-2021. Using a purposive sampling method, a sample of 141 was obtained. This study used secondary data obtained from annual report and the company's financial statements. The results of this study indicate that good corporate governance has a positive and significant effect on firm value. Financial performance, good corporate governance has a positive and insignificant effect on firm value. Financial performance has a positive and insignificant effect on corporate social responsibility. Good corporate governance has a positive and insignificant effect on corporate social responsibility. And corporate social responsibility is not able to mediate the effect of financial performance and good corporate governance on firm value.

Keywords: *Financial Performance, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value.*



INTISARI

Penelitian ini menguji tentang determinan nilai perusahaan. pada penelitian ini menggunakan 3 variabel yang diindikasikan mampu mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Financial Performance*, *Good Corporate Governance*, dan *Corporate Social Responsibility*. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola seluruh sumber daya yang sering dikaitkan dengan harga saham. *Grand Theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Legitimasi dan Teori Sinyal. Terdapat 7 hipotesis dalam penelitian ini yaitu : a) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value* b) *Financial Performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value* c) *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value* d) *Financial Performance* berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* e) *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* f) *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh profitabilitas dengan *firm value* g) *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* dengan *firm value*.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk tahun 2019-2021. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Diperoleh sebanyak 141 sampel yang memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari pelaporan tahunan perusahaan. Dalam pengujian menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan aplikasi SPSS 25.

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*, *financial performance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *firm value*, *good corporate governance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *firm value*, *financial performance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*, *good corporate governance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*, *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh *financial performance* terhadap *firm value*, *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap *firm value*.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti sektor lain dan menambah variabel penelitian seperti *leverage*. *Leverage* diduga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pinjaman modal atau utang yang digunakan untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan maupun investasi. Dengan penambahan variabel lain tersebut akan lebih optimal dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi sebenarnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kita haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan inayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Financial Performance Dan Good Corporate Governance Sebagai Determinan Firm Value: Peran Mediasi Corporate Social Responsibility*” (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021) dapat terselesaikan dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Ekonomi jurusan Akuntansi dari Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Pada kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dukungan, semangat dan doa, baik yang diucapkan secara langsung maupun tidak langsung kepada:

1. Bapak Prof. Heru Sulistyono, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak, CA. selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si., Ak, CA. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dengan sabar, memberikan arahan, motivasi, kritik dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. bimbingan, kritik, saran dan motivasi sehingga penelitian yang dilakukan membuahkan hasil maksimal.
4. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan bekal berupa ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.

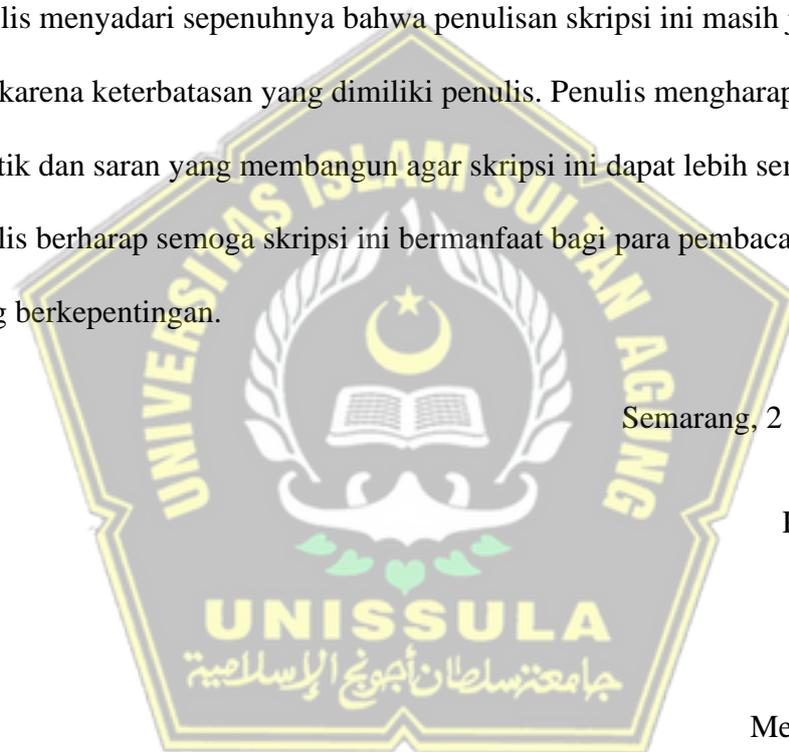
5. Orang tua saya dan keluarga besar yang selalu memberikan doa tiada hentinya, semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Semoga Allah SWT selalu merahmati kalian di dunia dan akhirat.
6. Teman-teman seperjuangan Jurusan Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2019.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu persatu. Terima kasih atas bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih sempurna. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan juga semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, 2 Februari 2023

Penulis

Mega Amalia



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
INTISARI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10

2.1 Teori Dasar (<i>Grand Theory</i>)	10
2.1.1. Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>)	10
2.1.2. Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>)	11
2.2 Variabel – Variabel Penelitian	13
2.2.1. <i>Firm Value</i> atau Nilai Perusahaan.....	13
2.2.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	15
2.2.2.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	16
2.2.3. <i>Financial Performance</i>	16
2.2.4. <i>Good Corporate Governance</i>	18
2.2.4.1. Prinsip – Prinsip <i>Good Corporate Governance</i>	19
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	29
2.4.1. Pengembangan Hipotesis	29
2.4.1.1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Firm Value</i>	29
2.4.1.2. Pengaruh <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Firm Value</i>	30
2.4.1.3. Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> perusahaan terhadap <i>Firm Value</i>	31
2.4.1.4 Pengaruh <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	32
2.4.1.5 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	33
2.4.1.6 Pengaruh <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Firm Value</i> dengan CSR sebagai Variabel Mediating	34
2.4.1.7 Pengaruh GCG terhadap <i>Firm Value</i> dengan CSR sebagai Variabel Mediating.	36

2.4.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan sampel.....	38
3.2.1. Populasi.....	38
3.2.2. Sampel.....	38
3.3 Sumber dan Jenis Data	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5 Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.5.1. Variabel.....	40
3.5.2. Definisi Operasional.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	50
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.2.1. Uji Normalitas	51
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas	51
3.6.2.3. Uji Autokorelasi	52
3.6.2.4. Uji Heteroskedastitas	52
3.6.3. Uji Fit Model.....	53
3.6.3.1. Uji F	53

3.6.3.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.6.5. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2 Analisis Data.....	56
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	61
4.2.2.2. Uji Multikolinearitas	65
4.2.2.3. Uji Autokorelasi.....	66
4.2.2.4. Uji Heteroskedastitas	67
Uji Fit Model.....	70
4.2.3.1. Uji F	70
4.2.3.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.2.4. Uji Hipotesis.....	72
4.2.5. Analisis Regresi Linear Berganda (Uji Sobel).....	77
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Firm Value</i>	80
4.3.2 Pengaruh <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Firm Value</i>	81

4.3.3 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap <i>Firm Value</i>	82
4.3.4 Pengaruh <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	83
4.3.5 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	84
4.3.6 Pengaruh <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Firm Value</i> dengan CSR Sebagai Variabel Mediating	85
4.3.7 Pengaruh GCG terhadap <i>Firm Value</i> dengan CSR Sebagai Variabel Mediating ..	86
BAB V	88
PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.3 Saran	90
5.3.1 Bagi Akademisi.....	90
5.3.2 Bagi Praktisi.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
DAFTAR LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2019 – 2021	2
Gambar 2.1 Kerangan Penelitian	37



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	48
Tabel 4.1 Seleksi Sampel Penelitian	56
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Model 1	57
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Model 2	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Model 1	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier Model 1	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Model 2	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier Model 2	64
Tabel 4.8 Multikolinearitas Model 1	65
Tabel 4.9 Multikolinearitas Model 2	66
Tabel 4.10 Uji Run Test Model 1	67
Tabel 4.11 Uji Run Test Model 2	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedasitas Model 1	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedasitas Model 2	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedasitas Dengan Mentransformasi Data Ke Bentuk Logaritma.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji F Model 1	70
Tabel 4.16 Hasil Uji F Model 2	71
TABEL 4. 17 Uji Koefisien Determinasi Model 1	72
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi Model 2	72
Tabel 4. 19 Uji T Model 1	73
Tabel 4. 20 Uji T Model 2	73
Tabel 4. 21 Rangkuman hasil Pengujian Hipotes.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI	97
Lampiran 2 Hasil Tabulasi	111
Lampiran 3 Data Outlier Uji Normalitas Model 1	116
Lampiran 4 Data Oulier uji Normalitas Model 2	120
Lampiran 5 Uji Normalitas	124
Lampiran 6 Uji Autokorelasi	126



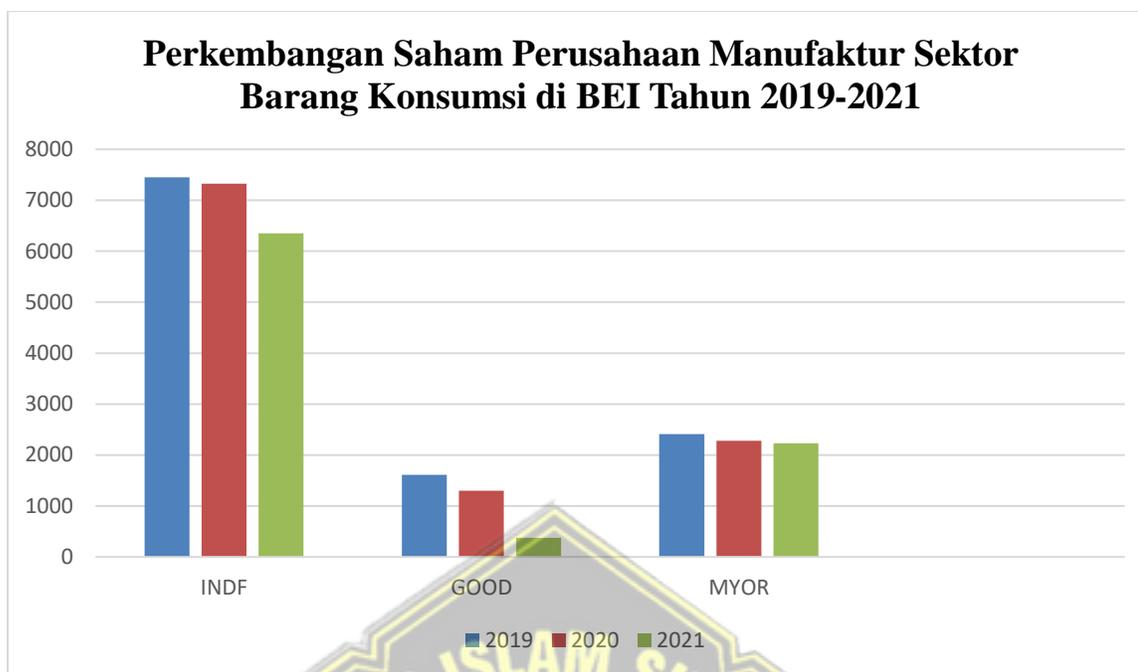
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Firm value menurut Rinnaya et al., (2016), suatu keadaan tertentu yang dicapai suatu perusahaan sebagai bukti kepercayaan sosial terhadap perusahaan tersebut melalui proses kegiatan selama beberapa tahun sejak berdirinya hingga saat ini. Nilai perusahaan merupakan aspek utama yang dilihat investor sebelum berinvestasi di suatu perusahaan. Investor menilai nilai suatu perusahaan sebelum memutuskan untuk berinvestasi di dalamnya. Nilai-nilai perusahaan sangat penting. Karena ketika nilai perusahaan tinggi, diikuti kekayaan pemegang saham yang berbanding lurus dengannya. Harga saham yang tinggi menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan berdampak jangka panjang terhadap reputasi perusahaan di masyarakat.

Firm Value dapat diketahui melalui harga saham pada suatu perusahaan. apabila semakin stabil dan meningkat maka akan tinggi pula nilai perusahaan itu. Dengan nilai perusahaan yang meningkat pula akan mencerminkan peningkatan laba pada para investor. Diketahui bahwa *firm value* yang tercatat di seluruh perusahaan BEI pada tahun 2019 – 2021 mengalami perubahan setiap tahunnya. Berikut ini merupakan *firm value* dari beberapa perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 – 2021 yaitu :



**Gambar 1.1 Perkembangan Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi
yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019 - 2021**

Pada gambar 1, diketahui bahwa harga saham pada beberapa perusahaan manufaktur di sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021 ada yang mengalami kenaikan maupun penurunan pada tiap tahunnya. Seperti contoh pada perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) pada tahun 2019 harga saham sebesar 7.450 kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 7.325, sedangkan pada tahun 2021 kembali mengalami penurunan menjadi 6.350. Kedua yaitu perusahaan Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD) pada tahun 2019 harga saham sebesar 1.610 kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 1.300, dan pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali menjadi 378. Selanjutnya perusahaan Mayora Indah Tbk. (MYOR) pada tahun 2019 harga saham sebesar 2.410 kemudian mengalami penurunan

pada tahun 2020 menjadi 2.280, namun pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 2.230.

Penurunan nilai perusahaan akan berdampak buruk kepada perusahaan, karena dapat menurunkan kepercayaan para pemegang saham kepada perusahaan. Namun apabila nilai perusahaan semakin meningkat maka akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan itu sendiri. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan perlu dipertimbangkan seperti *financial performance* perusahaan, dan *good corporate governance*.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya yaitu *financial performance*. Kinerja keuangan menurut Lakhali (2016) dalam Gunawan (2012), adalah hasil dari kegiatan operasional keberhasilan finansial dan kegiatan operasi akan membawa konsekuensi logis dari aktivitas dasar-dasar kegiatan bisnis secara lebih baik. Manajemen yang sukses dalam menjalankan perusahaan dilihat dari kinerja keuangannya ditunjukkan dengan penjualan dan jumlah aset kepemilikan, tenaga kerja, dan analisis rasio yang ditunjukkan dalam laporan keuangan.

Dalam Laporan Keuangan diperlukan beberapa metode dan teknik analisis untuk mengukur kinerja keuangan, salah satunya dengan *return on asset* (ROA). ROA merupakan bentuk pengembalian bertujuan untuk mengukur kesanggupan perusahaan untuk mengumpulkan dana yang diinvestasikan dalam kegiatan yang digunakan untuk tujuan bisnis untuk mendapatkan keuntungan menggunakan aktiva yang dimiliki. Dengan ROA tinggi maka akan semakin baik pula suatu perusahaan. Karena dengan pengembalian yang tinggi akan mengundang para investor untuk menanamkan sahamnya

pada perusahaan. Dengan pengembalian semakin besar, maka akan mempengaruhi harga saham perusahaan di pasar modal, jika harga saham perusahaan tersebut meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Dengan peningkatan ROA pada suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut dan dilihat sebagai nilai tambah suatu perusahaan bagi investor.

Dengan adanya *financial performance* diharapkan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Puteri et al., (2018) dan Pradita (2019) yang mendapatkan hasil bahwa *Return On Assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Umayah & Salim (2018) membuktikan bahwa *return on assets* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu & Suarjaya (2017) memperoleh hasil bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility*, karena perusahaan yang memiliki keadaan keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya secara luas. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Pengungkapan CSR perusahaan akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang akan membuat nilai perusahaan juga akan meningkat. Sedangkan menurut penelitian Shafina et al. (2021) *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya akan mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *good corporate governance*. *Good corporate governance* menurut Dewianawati (2020) yaitu mengelola hubungan antar pemegang saham, direktur perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan, dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Bawai & Kusumadewi, 2018) dan Juniarti (2013) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif *firm value*. Pentingnya *Good Corporate Governance* adalah untuk meminimalisir kerugian dalam perusahaan, karena dengan kualitas pengelolaan yang baik maka semua permasalahan dapat di selesaikan dengan solusi yang tepat. Hal ini akan mendukung kemajuan perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Sutopo Dian et al., n.d.) membuktikan bahwasanya GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati dan Sutapa (2020) mendapatkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh antara *Good Corporate Governance* dengan *firm value*. Hal ini dikarenakan dengan penerapan CSR merupakan penerapan dari asas GCG yaitu *responsibility* dan *transparency* yang mengatur bahwa perusahaan harus peduli dengan kehidupan sosial dan lingkungan dengan mengungkapkan keadaan yang sebenarnya. Terlaksananya CSR akan memberikan manfaat bagi perusahaan agar terjalinnya hubungan baik dengan stakeholders, hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil – hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten, hal ini yang memotivasi untuk dilakukan penelitian kembali mengenai faktor-faktor *financial performance* dan *good corporate governance* yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian (Ayu & Suarjaya, 2017). Perbedaan

penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, pertama : penelitian ini menambahkan variabel independent GCG yang diacu dari jurnal Sutopo Dian et al., n.d.(2018). Penerapan GCG dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena GCG dapat meningkatkan keefektivan operasional manajemen sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Disamping itu GCG juga mendorong implementasi CSR.

Perbedaan kedua, pada penelitian sebelumnya variabel dependen nilai perusahaan diukur dengan PBV, sedangkan dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q. Kelebihan dari pengukuran ini dibandingkan dengan PBV yaitu, jika PBV hanya mengukur keadaan perusahaan menggunakan harga saham yang beredar dan jumlah saham beredar, sedangkan Tobin's Q juga mengukur aktiva dan kewajiban yang ada di dalam perusahaan.

Sedangkan perbedaan ketiga pada sampel, peneliti sebelumnya memilih sampel seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2010-2014, sedangkan dalam penelitian ini pada perusahaan manufaktur di sektor konsumsi yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2019-2021. Peneliti memilih sampel ini karena perusahaan manufaktur di sektor konsumsi memiliki produksi yang berkesinambungan dan diminati segala kalangan sehingga memerlukan pengelolaan modal dan aktiva yang tepat agar menghasilkan nilai perusahaan yang baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value* positif signifikan ?
2. Apakah pengaruh *Financial Performance* terhadap *Firm Value* positif signifikan ?
3. Apakah pengaruh *Good Corporate Governance* perusahaan terhadap *Firm Value* positif signifikan ?
4. Apakah pengaruh *Financial Performance* terhadap *Corporate Social Responsibility* positif signifikan ?
5. Apakah pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility* positif signifikan?
6. Apakah pengaruh CSR dalam memediasi *Financial Performance* terhadap *Firm Value* positif signifikan?
7. Apakah pengaruh CSR dalam memediasi GCG terhadap *Firm Value* positif signifikan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka pada penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Financial Performance* terhadap *Firm Value*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* perusahaan terhadap *Firm Value*.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Financial Performance* terhadap *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh CSR dalam memediasi *Financial Performance* terhadap *Firm Value*.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh CSR dalam memediasi GCG terhadap *Firm Value*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Bagi akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan riset akuntansi mengenai pengaruh *financial performance*, *good corporate governance* terhadap *firm value* dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan input dan masukan dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan.

2. Bagi Investor dan Kreditor

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi investor dan kreditor untuk mempertimbangkan beberapa hal seperti *financial performance*, *good corporate governance* dan bagaimana *corporate social responsibility* dapat

mempengaruhi nilai perusahaan terhadap keputusan dalam berinvestasi dan mengambil keputusan bergabung dalam perusahaan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Dasar (*Grand Theory*)

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara suatu perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa suatu organisasi akan terus menerus melakukan dan memastikan kegiatan dalam organisasi tersebut sesuai dengan norma – norma yang ada di masyarakat menurut Deegan et al., (2002). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategi bagi perusahaan untuk lebih mengembangkan perusahaan di masa mendatang. Hal ini bisa dipergunakan sebagai sarana untuk mengembangkan strategi dari sudut pandang bisnis, terutama upaya menempatkan diri di lingkungan masyarakat yang semakin canggih menurut Noor Hadi (2011).

Perusahaan biasanya mencoba untuk membenarkan diri mereka sendiri, mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik di mana mereka aktif, tanpa legitimasi seperti itu, mereka tidak akan bertahan, terlepas dari seberapa baik mereka melakukannya secara finansial (Gray et al.,(1995) dalam Lanis dan Richardson (2012). Dalam menjelaskannya perusahaan perlu membina hubungan dengan lingkungan dan masyarakat karena kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar.

Menurut Deegan et al., (2002) , legitimasi perusahaan diterima apabila ada kesesuaian antara hasil dengan harapan masyarakat terhadap perusahaan dan tidak ada tuntutan dari

masyarakat. Perusahaan dapat membuat pengorbanan sosial sebagai refleksi ketertarikan pada masyarakat perusahaan. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), legitimasinya adalah batasan oleh organisasi, norma dan nilai kehidupan sosial dan respon terhadap pembatasan ini menentukan makna analisis pengaruh suatu organisasi terhadap lingkungan sekitarnya.

Apabila ada perbedaan antara nilai perusahaan dan nilai komunitas sekitar, legitimasi perusahaan di posisi tidak aman Ghozali dan Chariri (2007) . Perbedaan antara nilai perusahaan dan nilai komunitas sering disebut *legitimacy gap* & mempengaruhi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan Ghozali dan Chariri (2007). Kesenjangan Legitimasi kemungkinan alasan terjadi (a) Terjadi perubahan kinerja perusahaan tapi harapan publik vs perusahaan tidak berubah (b) kinerja perubahan tapi harapan publik vs kinerja perusahaan telah mengalami perubahan. perubahan, dan (c) Kinerja perusahaan dan nilai yang diharapkan publik vs kinerja perusahaan berubah menjadi arah yang berbeda atau ke arah yang sama waktu yang berbeda.

Dalam suatu perusahaan menginginkan agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang, maka dari itu perlu mempertahankan hubungan dengan lingkungan sosial maupun politik. Hubungan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility*. CSR akan menimbulkan legitimasi para stakeholders. Hal ini akan menimbulkan komitmen stakeholders dalam posisinya masing -masing, pelanggan akan loyal terhadap produk – produk perusahaan, pemerintah akan mendorong keberadaan perusahaan dengan peraturan – peraturan yang sesuai dan masyarakat tidak mengganggu keberadaan perusahaan.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menjelaskan bagaimana sinyal keberhasilan atau kegagalan manajemen dilaporkan kepada pemilik. Teori sinyal terkait dengan asimetri informasi. Dimana sisi baik dari *signaling theory* perusahaan yang memberikan informasi yang baik memberikan informasi yang menginformasikan pasar tentang kinerja masa depan yang baik pada kondisi masa depan untuk membedakan diri dari perusahaan yang tidak memiliki "kabar baik" meningkat. Perusahaan tanpa catatan keuangan sebelumnya memberikan informasi yang buruk dan tidak mempercayai pasar menurut Wolk dan Tearney dalam Dwiyanti (2010).

Manajer umumnya termotivasi untuk menyampaikan informasi untuk memberikan sinyal yang meyakinkan, publik akan terkesan dan ini tercermin dalam harga sekuritas. Jadi kita dapat menyimpulkan bahwa informasi yang dipublikasikan menjadi sinyal penting bagi investor, kreditor dan stakeholders lainnya untuk pengambilan keputusan berkaitan dengan perusahaan menurut Atmaja (2008).

Hubungan antara teori sinyal dengan kinerja keuangan perusahaan adalah, kinerja keuangan yang baik akan memberikan sinyal positif kepada para pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan (stakeholders). Ini membangun kepercayaan pemangku kepentingan. Kepercayaan ini telah ditunjukkan oleh para pemangku kepentingan dengan meningkatkan harga dan volume saham di pasar modal.

Hubungan teori sinyal dengan nilai perusahaan bahwa mengungkapkan CSR dan GCG adalah sinyal positif yang diberikan perusahaan pada investor. Makin luasnya pengungkapan CSR dan GCG yang dilakukan oleh perusahaan akan menambah fakta yang diterima investor. Semakin luasnya fakta yang diterima investor akan menaikkan harapan investor terhadap perusahaan. Dengan harapan yang tinggi tentunya investor akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan berupa harga saham yang cenderung naik. Dengan demikian taraf

pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh dalam pergerakan harga saham yang cenderung naik atau meningkatnya volume saham yang diperdagangkan. Dengan pergerakan harga saham yang cenderung semakin tinggi tentunya akan berpengaruh terhadap meningkatnya return saham perusahaan.

2.2 Variabel – Variabel Penelitian

2.2.1 *Firm Value* atau Nilai Perusahaan

Menurut Rinnaya et al., (2016), nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang dicapai sebagai bukti kepercayaan sosial pada suatu perusahaan selama beberapa tahun kegiatan sejak pendiriannya hingga saat ini. Nilai perusahaan merupakan aspek utama yang dilihat investor sebelum berinvestasi di suatu perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting, nilai perusahaan yang tinggi berarti kekayaan yang lebih besar bagi pemegang saham menurut Brigham dan Gapenski (1996). Husnan (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh pembeli potensial apabila perusahaan telah dijual. Nilai perusahaan juga mencerminkan skala dimana perusahaan diakui publik. Nilai perusahaan dapat di wakili dengan 3 cara yaitu nilai buku, nilai likuiditas dan nilai pasar/saham menurut Herry (2017). Dari beberapa definisi di atas, nilai perusahaan dapat dicapai oleh perusahaan tercermin pada harga pasar saham perusahaan. Beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan sebagai berikut:

a) *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut (Sukamulja, 2017) , *Price Earnings Ratio* (PER) menunjukkan harga saham di pasar , atau perbandingan harga awal yang ditawarkan dan keuntungan yang diterima . PER

yang tinggi menunjukkan bahwa harapan investor pada kinerja perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi.

Berikut Rumus untuk menghitung *Price Earning Ratio* (PER):

$$PER = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Laba per saham}}$$

Laba per saham

b) *Tobin's Q ratio* (Q Tobin)

Q Tobin adalah nilai pasar dari suatu aset perusahaan yang dibagi dengan biaya penggantinya. Menurut (Negara, 2019)

Q Tobin dapat dihitung menggunakan rumus :

$$Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TA}$$

c) *Price Book Value* (PBV)

Salah satu cara untuk mengukur nilai perusahaan adalah *price to book value ratio* (PBV). PBV merupakan perbandingan harga saham dan nilai buku saham. masyarakat calon investor dapat menggunakan rasio PBV untuk menemukan nilai saham perusahaan, dapat dinilai terlalu rendah atau dinilai terlalu tinggi. Menurut Permata, dkk (2013), nilai saham dikatakan undervalued saat nilai PBV kurang dari 1 dianggap terlalu rendah, dan nilai PBV kurang dari 1 dianggap terlalu tinggi apabila di atas 1.

Berikut Rumus untuk menghitung *Price Book Value* (PBV) :

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Nilai buku per lembar saham

2.2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pendapat The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* diartikan sebagai kewajiban perusahaan berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan dan perwakilan mereka, keluarga dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup, hal ini bermanfaat bagi bisnis itu sendiri dan pengembangan.

Corporate Social Responsibility adalah tidak lagi *single bottom line*, melainkan *triple bottom line*, pola pikir yang berpijak pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Triple bottom line reporting* adalah laporan yang menyediakan informasi tentang ekonomi, masyarakat dan implementasi kegiatan lingkungan untuk perusahaan. Prinsip *triple bottom line* berhasil diterapkan, perusahaan akan menunjukkan akuntabilitas perusahaan tidak hanya ekonomi tetapi social dan lingkungannya menurut Deegan dalam Wati (2018).

Beberapa tahun ini cukup banyak perusahaan yang semakin menyadari pentingnya *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari bisnisnya. Perusahaan yang menerapkan CSR akan menciptakan suatu hubungan secara emosional antara masyarakat sekitar perusahaan yang berdampak pada kepercayaan masyarakat kepada perusahaan itu sendiri yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Karena citra suatu perusahaan sangat penting dan berdampak positif bagi kegiatan usahanya.

Pengungkapan CSR sangat penting bagi stakeholder, karena memberikan penilaian dan atas evaluasi sejauh mana perusahaan menjalankannya sesuai keinginan stakeholder. Dengan baiknya pengungkapan CSR, maka pemangku kepentingan akan mendukung kegiatan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan menurut Pohan et al.,(2018). Berdasarkan definisi ini, elemen CSR dapat diringkas sebagai kegiatan yang dilakukan

perusahaan untuk menyeimbangkan dan mengintegrasikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial tanpa mengorbankan harapan pemegang saham (menguntungkan).

2.2.2.1 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Akhir – akhir ini Corporate Social Responsibility (CSR) memang menjadi trend di Indonesia. Banyak orang berbicara tentang CSR dan semakin banyak perusahaan yang melaksanakan program tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mengacu dalam GRI guidelines dapat dibagi menjadi 3 komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial seperti diikhtisarkan dalam lampiran 1 .

2.2.3 *Financial Performance*

Menurut Lakhil (2016) dalam Gunawan (2012) , kinerja keuangan ini adalah hasil dari kegiatan operasional keberhasilan finansial dan kegiatan operasi akan membawa konsekuensi logis dari aktivitas dasar-dasar kegiatan bisnis secara lebih baik. Kinerja keuangan adalah mencapai hasil atau prestasi yang dimiliki perusahaan. Manajemen yang sukses dalam menjalankan perusahaan dilihat dari kinerja keuangannya ditunjukkan dengan penjualan dan jumlah aset kepemilikan, tenaga kerja, dan analisis rasio yang ditunjukkan dalam laporan keuangan.

Kinerja keuangan menurut Dewianawati (2020) adalah analisis seberapa baik dan benar perusahaan tersebut menerapkan aturan dalam pelaksanaan keuangan. Kinerja keuangan menurut Quan (2020) adalah kinerja suatu perusahaan yang telah dicapai selama periode waktu tertentu, yang dibuktikan dengan tingkat kesehatan dari laporan keuangan.

Tujuan manajemen adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk melakukan ini, perusahaan perlu memanfaatkan kekuatannya untuk memperbaiki kelemahan yang ada. Caranya dengan menganalisis laporan keuangan dengan rasio- rasio keuangan untuk mengukur kinerja keuangan Berdasarkan hasil pengukuran menjadi dasar untuk manajemen memperbaiki untuk periode berikutnya Kinerja yang dilakukan selama periode tertentu sangat membantu dalam pengambilan keputusan para stakeholder.

Kinerja keuangan amatlah penting bagi suatu perusahaan karena dengan kinerja perusahaan yang baik maka kita dapat mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan tersebut dalam periode tertentu. Sehingga dengan mengetahui hal tersebut maka kedepannya perusahaan dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan dalam pelaksanaannya. Apabila kinerja keuangan yang dapat dilihat dari laporan keuangan yang terus meningkat maka tidak menutup kemungkinan para investor berdatangan untuk menanamkan modalnya.

Dalam Laporan Keuangan diperlukan beberapa metode dan Teknik analisis untuk mengukur kinerja keuangan, beberapa pengukuran tersebut sebagai berikut :

1. ROA (*Return On Assets*)

Pengembalian aset merupakan bentuk pengembalian yang bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk mengumpulkan dana yang diinvestasikan dalam kegiatan yang digunakan untuk tujuan bisnis untuk mendapatkan keuntungan menggunakan aktiva yang dimiliki.

2. ROE (*Return On Equity*)

Pengembalian ekuitas adalah salah satu alat utama yang digunakan oleh investor untuk mengevaluasi kelayakan suatu tindakan. Secara umum, ROE

dihitung dari distribusi laba ekuitas dalam satu tahun terakhir. ROE adalah alat umum digunakan oleh investor untuk mengambil keputusan investasi.

3. OPM (*Operating Profit Margin*)

Margin laba operasi mengukur kemampuan perusahaan untuk menciptakan keuntungan. Margin operasi mengukur persentase keuntungan perusahaan memperoleh pendapatan dari setiap penjualan sebelum bunga dan pajak dipotong. Secara umum, semakin tinggi rasio ini, semakin baik.

4. NPM (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan suatu bisnis dalam menghasilkan laba bersih. Margin laba bersih adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih, semakin efisien perusahaan harus menanggung biaya yang terkait dengan aktivitas pengoperasiannya.

2.2.4 *Good Corporate Governance*

GCG berdasarkan IICG (Indonesia Institute for Corporate Governance) ialah struktur serta proses yang wajib dilakukan sepanjang operasional suatu usaha, dengan tujuan menaikkan nilai asal pemegang saham serta memperhatikan pemangku kepentingan dalam jangka panjang. Pada umumnya, adanya dampak positif berasal tata kelola perusahaan pada prestasi perusahaan, terkait tata kelola perusahaan bisa menuntaskan masalah asimetri laporan antara manajemen internal dan investor eksternal. Pada artian, tata kelola perusahaan yang baik artinya ilustrasi sebuah perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG) menurut Dewianawati (2020) yaitu mengelola hubungan antara pemegang saham, direktur perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan, dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya. Dalam hal ini, hak dan kewajiban mereka dipertaruhkan. Selain itu dapat diartikan sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengelola arah dan kinerja strategis suatu perusahaan.

Prinsip dasar tata kelola perusahaan yang baik (GCG) pada dasarnya, tujuannya adalah untuk dapat meningkatkan kinerja masyarakat. Prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dikembangkan menjadi beberapa prinsip yang memiliki kaitan satu sama lain dan mendukung kemajuan suatu perusahaan. Pentingnya *Good Corporate Governance* adalah untuk meminimalisir kerugian dalam perusahaan, karena dengan kualitas pengelolaan yang baik maka semua permasalahan dapat di selesaikan dengan solusi yang tepat. Hal ini akan mendukung kemajuan perusahaan.

2.2.4.1 Prinsip – Prinsip *Good Corporate Governance*

Ada 5 prinsip *good corporate governance* yang tertuang dalam pedoman *Good Corporate Governance* yang dipublikasikan oleh National Committee on Governance pada tahun (2006) adalah sebagai berikut :

1. *Transparansi* (keterbukaan informasi), yaitu keterbukaan dalam melakukan proses pengambilan keputusan dan dalam menyajikan materi perusahaan dan informasi terkait.
2. *Akuntabilitas*, yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan tanggung jawab organisasi di perusahaan tempat perusahaan dikelola secara efektif.

3 Tanggung jawab, yaitu kepatuhan terhadap prinsip-prinsip perusahaan yang sehat dan tata kelola perusahaan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

4. Kesetaraan. Merupakan keadaan dimana bisnis beroperasi secara profesional dan bebas dari benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan kebijakan perusahaan yang sehat.

5. Kewajaran (*equality and imparciality*), yaitu perlakuan yang adil dan setara dalam memenuhi hak-hak pemangku kepentingan yang ada berdasarkan kesepakatan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hakikat tata kelola perusahaan adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan memantau atau memantau kinerja operasi dan menjaga akuntabilitas manajemen kepada pemangku kepentingan lainnya sesuai dengan kerangka hukum dan peraturan yang berlaku.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang Corporate Social Responsibility telah banyak dilakukan sebelumnya, sehingga hasil dari penelitian sebelumnya dapat dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu mengenai Corporate Social Responsibility :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Saftiana & Arya Dwikatama, 2018)	<p>Variabel Dependen :</p> <p>-Corporate Sosial Responsibility</p> <p>Variabel Independent :</p>	<p>-Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR</p> <p>-Usia perusahaan tidak berpengaruh pengungkapan CSR</p>

		<ul style="list-style-type: none"> -Company Size -Company Age -Profitability -Board of commissioner quality -Audit commite quality 	<ul style="list-style-type: none"> -Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR - Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR -Komite Audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
2	(Puteri et al., 2018)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Firm Value <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corporate Social Performance -Financial Performance <p>Variabel Intervening :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corporate Social Responsibility 	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja sosial berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR - Financial Performance berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR - Corporate social performance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Financial performance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan -Berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui pengungkapan CSR sebagai variabel intervening.
3	(Bawai & Kusumadewi, 2018)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Firm value <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corporate Governance - Firm characteristic -Corporate Social Responsibility 	<ul style="list-style-type: none"> - Good Corporate Governance berhubungan positif terhadap firm value - Karakteristik perusahaan berhubungan positif dengan nilai suatu perusahaan -Tidak ada pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan

			- Tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4	(Hamdani, n.d.)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Keuangan (ROA,ROE,OPM,NPM) <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corporate Social Responsibility 	<ul style="list-style-type: none"> - Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap Return On Assets - Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh secara positif terhadap Return On Equity - Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap Operating Profit Margin - <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Net Profit margin</i>
5	(Indah S et al., 2021)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kinerja Pasar <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kualitas Tata kelola perusahaan -Modal Intelektual -Tanggung jawab sosial perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pasar -Modal intelektual berpengaruh positif terhadap kinerja pasar -Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja pasar tidak dapat diperkuat oleh kualitas tata kelola perusahaan -Ada pengaruh antara modal intelektual terhadap kinerja pasar yang dimoderasi oleh kualitas tata kelola perusahaan.
6	(Kesumastuti & Dewi, 2021)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nilai Perusahaan <p>Variabel Independent :</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

		<p>-Corporate Social Responsibility</p> <p>Variabel Moderasi :</p> <p>-Usia Perusahaan</p> <p>-Ukuran Perusahaan</p>	<p>-Usia perusahaan memperkuat pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Ukuran perusahaan memperkuat pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan</p>
7	(Surya, 2018)	<p>Variabel Dependen :</p> <p>-Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Independent :</p> <p>-Corporate Social Responsibility</p> <p>Variabel Moderating :</p> <p>-Profitabilitas</p>	<p>-Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Interaksi antara CSR dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
8	(Pradita, 2019)	<p>Variabel Dependen :</p> <p>-Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Independent :</p> <p>-Kinerja keuangan (ROA)</p> <p>Variabel Moderating :</p> <p>-Corporate Social Responsibility</p>	<p>-Kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Ada pengaruh kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi CSR</p>

9	(Juniarti, 2013)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Market Share -Ukuran perusahaan -Sektor Industri <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Good Corporate Governance 	<ul style="list-style-type: none"> - GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan -Market share tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan -Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Sektor industri berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
10	(Yubiharto, Hastuti 2020)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corporate Social Responsibility <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Return On Assets</i> (ROA) - <i>Net Profit Margin</i> (NPM) - <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) 	<ul style="list-style-type: none"> -ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR - NPM berpengaruh positif signifikan terhadap CSR - DER berpengaruh positif signifikan terhadap CSR - ROA, NPM, DER berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR.
11	(Arita dan Mukhtar, 2019)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profaitabilitas (ROA) - Leverage (DER) - Likuiditas (CR) 	<ul style="list-style-type: none"> - ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR - DER tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR - CR tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR
12	(Putri, Bella Septianing, 2018)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan (Size) 	<ul style="list-style-type: none"> - GCG berpengaruh positif signifikan terhadap CSR

		<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Leverage (DER) - Pertumbuhan (<i>Growth</i>) <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Good Corporate Governance - Kinerja Lingkungan <p>Variabel Intervening :</p> <ul style="list-style-type: none"> -CSR 	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap CSR - GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - CSR tidak mampu menjadi mediasi hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan - CSR mampu menjadi mediasi hubungan antara kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan
13	(Mariani & Suryani, 2018)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Keuangan (ROA) <p>Variabel Moderating :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kinerja Lingkungan - Biaya Sosial 	<ul style="list-style-type: none"> - ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Kinerja sosial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dan tidak signifikan - Kinerja sosial tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dan tidak signifikan.

14	(Ayu & Suarjaya, 2017)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas <p>Variabel Mediating :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap CSR - CSR dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
15	Rohmawati dan Sutapa (2020)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Institusional - Komisaris Independen - Komite Audit <p>Variabel Intervening :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap CSR - Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR - Komisaris independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR - Komite Audit berpengaruh negatif terhadap CSR - Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan - Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Komisaris independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

			<ul style="list-style-type: none"> - CSR mampu memediasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan - CSR mampu memediasi pengaruh komisaris independen terhadap nilai perusahaan - CSR mampu memediasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.
16	(Sutopo Dian et al., n.d.)	<p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan <p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Good Corporate Governance</i> - <i>Leverage</i> - Profitabilitas <p>Variabel Intervening :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR - Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR - GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - CSR tidak memediasi hubungan antara GCG dan nilai perusahaan - CSR tidak memediasi hubungan antara <i>leverage</i> dan nilai perusahaan - CSR tidak memediasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan
17	(Umadiyah & Salim, 2018)	Variabel Dependen:	<ul style="list-style-type: none"> - Likuiditas perusahaan berpengaruh positif tidak

		<p>-Nilai perusahaan</p> <p>Variabel Independen :</p> <p>-CR</p> <p>-ROA</p> <p>-SIZE</p> <p>Variabel Intervening :</p> <p>-DAR</p>	<p>signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Ukuran perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Likuiditas perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal</p> <p>- Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal</p> <p>- Ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap struktur modal</p> <p>- Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal</p> <p>- Likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Pengaruh tidak langsung likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan melalui struktur modal lebih besar.</p>
18	Shafina et al., (2021)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>-Nilai perusahaan</p> <p>Variabel Independen :</p>	<p>- Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>slack resources</i> - GCG <p>Variabel Intervening :</p> <ul style="list-style-type: none"> -CSR 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Slack resources</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR - <i>slack resources</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR - GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR - profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening - <i>slack resources</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening -GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening
--	--	---	--

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengembangan Hipotesis

2.4.1.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Firm Value

Corporate Social Responsibility yaitu kewajiban perusahaan berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan para perwakilan perusahaan dengan keluarga dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dan mensejahterakan masyarakat yang akan bermanfaat bagi bisnis itu sendiri. Kegiatan CSR merupakan kegiatan *volunteer* (keinginan pribadi) suatu perusahaan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Corporate Social Responsibility dilakukan oleh perusahaan diharapkan mampu memberikan bukti bahwa dalam prosesnya perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata tetapi juga memikirkan masalah sosial masyarakat. CSR akan menimbulkan legitimasi para stakeholders dengan meningkatkan kepercayaan stakeholder yang akan berdampak pada meningkatkan nilai perusahaan melalui investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kesumastuti & Dewi (2021) dan Surya (2018) memperoleh hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : *Corporate sosial responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*

2.4.1.2 Pengaruh *Financial Performance* terhadap *Firm Value*

Return On assets (ROA) berfungsi untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. *Financial performance* merupakan evaluasi suatu perusahaan mengenai asset, kewajiban, ekuitas, biaya, pendapatan secara menyeluruh. Hal ini dibuat untuk menjadi tolak ukur suatu perusahaan, apakah sudah layak atau belum. Teori sinyal

mendukung *Financial performance*, dengan financial performance yang baik akan memberikan sinyal positif kepada para stakeholders. Karena dengan mengetahui kinerja keuangan yang baik atau buruk dapat menentukan pengambilan keputusan yang akan diambil.

Apabila ROA tinggi maka akan semakin baik pula suatu perusahaan. Karena dengan pengembalian yang tinggi akan mengundang para investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Dengan pengembalian yang semakin besar, maka akan mempengaruhi harga saham perusahaan di pasar modal, jika harga saham perusahaan tersebut meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat pula. Dengan peningkatan ROA pada suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut dan akan dilihat sebagai nilai tambah suatu perusahaan bagi investor.

Kajian teoritik tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puteri et al., (2018) dan Pradita (2019) yang mendapatkan hasil bahwa *Return On Assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 : *Financial Performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm*

value

2.4.1.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* perusahaan terhadap *Firm Value*

Corporate Governance merupakan kualitas suatu sistem dalam mengelola dan mengendalikan perusahaan. Dalam mengelola suatu perusahaan harus menerapkan prinsip transparan , akuntabilitas, independen,tanggung jawab, dan

kesetaraan.. Dimana dengan prinsip tersebut dapat menciptakan suatu perusahaan yang baik. Dalam peningkatan kualitas tata kelola perusahaan yang baik maka diperlukan adanya evaluasi secara bertahap di dalam perusahaan. Teori sinyal mendukung GCG dilakukan agar meningkatkan luasnya fakta yang diterima oleh investor sehingga akan menaikan harapan investor kepada perusahaan.

Penerapan *good corporate governance* dapat meningkatkan pengawasan pada kinerja manajemen untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan dan nilai suatu perusahaan menurut Chen dan Jaggi (2000). Dengan meningkatnya kualitas laporan keuangan yang didasari oleh kualitas tata kelola yang baik, maka akan meningkatkan kepercayaan investor sehingga nilai perusahaan pun meningkat. Dengan kualitas tata kelola yang baik maka dapat menimbulkan kenaikan laba perusahaan yang berdampak pada kepercayaan investor nilai suatu perusahaan tersebut. Maka dari itu pihak manajemen diberi kepercayaan oleh stakeholder untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya oleh (Bawai & Kusumadewi, 2018) dan Juniarti (2013) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif *firm value*. Berdasarkan kajian teoritik dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

H3 : *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Firm Value

2.4.1.4 Pengaruh *Financial Performance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Return On Assets adalah rasio yang digunakan untuk menentukan hasil (*return*) atas jumlah asset perusahaan. ROA dapat dihitung dengan membagi pendapatan bersih dengan total asset yang dimiliki perusahaan. ROA memberikan gambaran kepada manajer, maupun investor tentang efisiensi manajemen perusahaan dalam penggunaan asset agar dapat menghasilkan pendapatan.

Semakin besar ROA maka akan semakin baik suatu perusahaan dalam menciptakan laba. Semakin besar laba yang didapat perusahaan akan berdampak pada pengungkapan informasi sosial yang semakin luas. Karena dengan laba yang dimiliki perusahaan tinggi memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas tanggung jawab sosial yang banyak karena tersedia dana yang memadai kemudian mengungkapkan CSR. Teori yang mendasari hipotesis ini yaitu teori sinyal, karena dengan kinerja keuangan dan pengungkapan CSR yang baik akan memberikan sinyal positif kepada stakeholders.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arita dan Mukhtar (2019) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan asumsi dan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

H4 : *Financial Performance* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR

2.4.1.5 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Good Corporate Governance yaitu peraturan yang mengatur antara pemegang saham, kreditur, manajemen, maupun seluruh karyawan. GCG juga merupakan suatu prinsip yang mengendalikan perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara

kekuatan dan kewenangan perusahaan dalam memberikan tanggung jawabnya terhadap stakeholder. Dengan teori sinyal maka GCG mampu memberikan sinyal positif kepada stakeholders untuk menambah fakta yang diterima investor.

GCG menjadikan perusahaan terhindar dari terjadinya konflik. Pengungkapan CSR merupakan sebuah konsekuensi penerapan dari konsep GCG. GCG memiliki prinsip bahwa perusahaan harus lebih memperhatikan para stakeholders dengan memberikan hak-hak para stakeholder, antara lain: kepada konsumen memberikan produk / jasa dengan manfaat terbaik, kepada investor dengan membuat keputusan terbaik yang menguntungkan kedua belah pihak dalam jangka panjang dan kepada masyarakat dengan memberikan manfaat berupa fasilitas umum. Hal-hal tersebut diharapkan akan memberikan manfaat jangka panjang baik bagi para stakeholders maupun perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, Bella Septianing (2018) memperoleh hasil bahwa GCG perusahaan berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H5 : *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR.

2.4.1.6 Pengaruh *Financial Performance* terhadap Firm Value dengan CSR sebagai Variabel Mediating

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari aktivitas usaha yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas perusahaan akan menjadi pertimbangan investor untuk mengambil

keputusan investasinya. Selain itu investor tidak hanya melihat dari kinerja keuangan melainkan juga melihat bagaimana perusahaan terhadap lingkungan sosialnya.

Tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan memperhatikan kinerja ekonomi dan sosial terhadap lingkungannya. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility*, karena perusahaan yang memiliki keadaan keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya secara luas. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para stakeholdernya. Pengungkapan CSR merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena CSR merupakan bentuk tanggung jawab untuk meningkatkan citra perusahaan, CSR juga menjadi keunggulan kompetitif perusahaan untuk meningkatkan penjualan karena dapat menarik konsumen. CSR juga menjadi program yang dapat memberikan nilai tambah bagi stakeholders termasuk juga menjadi nilai tambah bagi perusahaan dalam jangka panjang. Profitabilitas yang tinggi akan membuat meningkatnya harapan stakeholders akan kewajiban perusahaan terhadap pengungkapan sosialnya. Pengungkapan CSR perusahaan akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang akan membuat nilai perusahaan juga akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu & Suarjaya (2017) memperoleh hasil bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

H6 : *Corporate Social Responsibility* dapat memidiasi pengaruh Profitabilitas dengan *Firm value*.

2.4.1.7 Pengaruh GCG terhadap Firm Value dengan CSR sebagai Variabel Mediating

Penerapan GCG tidak hanya memberikan dukungan bagi para stakeholder, namun juga memberikan dukungan kepada masyarakat dan lingkungan. Salah satu wujud pelaksanaan prinsip *good corporate governance* yaitu implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimana masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan akan mendapat perhatian yang besar dari perusahaan.

Pelaksanaan CSR memberikan keuntungan dalam jangka panjang baik bagi stakeholders maupun perusahaan itu sendiri. Diantaranya seperti produk yang akan disukai masyarakat, lingkungan sekitar perusahaan terjaga, loyalitas karyawan pun meningkat dan reputasi perusahaan juga akan meningkat dimasyarakat yang artinya pelaksanaan CSR akan memberikan peningkatan kinerja suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut akan menarik banyak investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

GCG dibutuhkan untuk mengawasi operasional suatu perusahaan. Pelaksanaan CSR adalah dengan menerapkan prinsip-prinsip GCG yaitu tanggung jawab dan transparansi yang mengatur bahwa perusahaan harus memperhatikan kehidupan sosial dan kehidupan lingkungan dengan mengungkapkan keadaan yang sebenarnya. Praktik CSR membawa manfaat bagi perusahaan, sehingga memastikan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan dan meningkatkan nilai perusahaan. Praktik tata kelola perusahaan yang baik berjalan seiring dengan

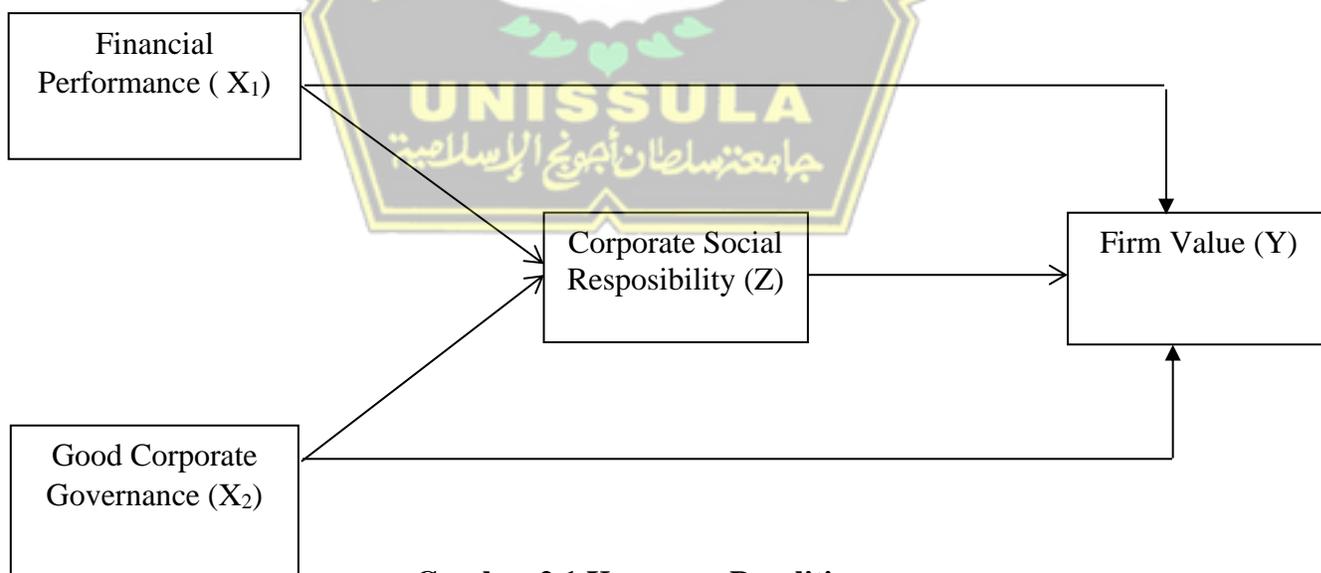
tanggung jawab sosial perusahaan untuk mempengaruhi nilai-nilai perusahaan. Investor tertarik untuk menanamkan modal ketika perusahaan memiliki CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati dan Sutapa (2020) mendapatkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh antara *Good Corporate Governance* dengan *firm value*. Sehingga hipotesis yang diajukan berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu adalah :

H7 : *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh GCG dengan *Firm value*.

2.4.2 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan hipotesis di atas, kerangka pemikiran yang dapat menggambarkan “*Financial performance, good corporate governance* sebagai determinan *corporate social responsibility* dan implikasinya terhadap *firm value*” adalah :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah survei yang mengumpulkan data numerik, data numerik, dan data numerik frase. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang mempelajari populasi dan sampel tertentu. Pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak dan pengumpulan data menggunakan alat penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang diberikan (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Financial performance*, *Good Corporate Governance* terhadap *firm value* dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel mediasi.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) tahun 2019-2021.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga mampu mewakili populasinya menurut (Sugiyono, 2019). Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik pemilihan sampel non acak (*purposive sampling*), yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Kriteria pengambilan sampel meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Tersedianya data laporan keuangan berturut – turut selama periode penelitian pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) yaitu pada periode 2019- 2021.
- b. Menggunakan mata uang Rupiah dalam publikasi laporan keuangannya.
- c. Mengungkapkan data-data yang berkaitan dengan variabel penelitian pada periode 2019-2021.
 - Data – data yang berkaitan dengan variabel penelitian :
 - *Financial Performance* : Laba bersih setelah pajak dan total asset.
 - *Good Corporate Governance* : Dewan komisaris, komite audit, dewan direksi, pemegang saham.
 - *Corporate Social Responsibility* : Informasi item-item yang terdapat di GRI.
 - *Firm Value* : Jumlah saham yang beredar, total hutang, total aktiva.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh orang lain bukan dari peneliti dalam melaksanakan penelitian menurut Imam Ghozali (2018) . Data sekunder biasanya berupa bukti,catatan/laporan historis yang telah tersusun dalam arsip menurut Sugiyono (2019). Data diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) pada periode 2019-2021.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah catatan jejak suatu peristiwa yang sudah berlalu menurut Sugiyono (2019). Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mengunduh laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) periode 2019-2021.

3.5 Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Variabel

1) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang yang dipengaruhi oleh variabel lainnya (Sugiyono, 2019). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Firm value*.

2) Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain (Sugiyono, 2019). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Financial Performance*, dan *Good Corporate Governance*.

3) Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi adalah variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*.

3.5.2 Definisi Operasional

1) Variabel Dependen

a. Firm Value

Firm Value adalah kondisi spesifik yang dicapai oleh perusahaan sebagai tanda kepercayaan publik untuk perusahaan melalui proses kegiatan selama beberapa tahun dari pendirian perusahaan hingga saat ini menurut Rinnaya et al., (2016). Pengukuran firm value pada penelitian ini menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* merupakan nilai pasar dari suatu asset perusahaan yang dibagi dengan nilai buku dari total ekuitas dan nilai buku dari total hutang. Menurut (Negara, 2019) *Q* Tobin dapat dihitung menggunakan rumus :

$$Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TA}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

MEV = *closing price* x jumlah saham yang beredar (Nilai Pasar Ekuitas)

DEBT = Total hutang

TA = Total aktiva

2) Variabel Independen

a. *Financial Performance*

Financial performance Menurut Lakhali (2016) dalam Gunawan (2012) , adalah hasil dari kegiatan operasional keberhasilan finansial dan kegiatan operasi akan membawa konsekuensi logis dari aktivitas dasar-dasar kegiatan bisnis secara lebih baik. Kinerja keuangan yaitu mencapai hasil atau prestasi yang dimiliki perusahaan. Kinerja keuangannya ditunjukkan dengan penjualan dan jumlah aset kepemilikan, tenaga kerja, dan analisis rasio yang ditunjukkan dalam laporan keuangan. Pengukuran *Financial Performance* dapat diukur menggunakan ROA dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

b. *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance (GCG) yaitu mengelola hubungan antara pemegang saham, direktur perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan, dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya menurut Dewianawati (2020). Penelitian ini menggunakan pengukuran GCG melalui pengendalian internal perusahaan untuk menghitung skor faktor yang terdiri dari empat

dimensi. Pengukuran ini didasarkan pada penelitian Wahidahwati (2012) .
Setiap dimensi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. *Board of Commisionaire* atau Dewan Komisaris (45%), terdiri dari:

a. COM_SIZE (jumlah dewan komisaris)

Ukuran dewan komisaris diukur dengan jumlah komisaris di perusahaan sampel. Dewan komisaris terdiri dari komisaris afiliasi dan komisaris independen.

Range	Score
0 – 3	2
4 – 6	4
6 – 8	6
9 -11	8
> 11	10

b. COM_IND (persentase komisaris independen)

Range	Score
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% – 80%	8
> 80%	10

Proporsi dewan komisaris independen diukur dengan indikator anggota komisaris independen terhadap jumlah seluruh anggota dewan komisaris perusahaan.

c. % COMOWN (persentase kepemilikan saham komisaris)

Kepemilikan komisaris diukur dengan persentase kepemilikan saham dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Range	Score
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% - 80%	8
> 80%	10

d. AUD (informasi KAP bigfour atau nonbigfour).

KAP yang melakukan audit sangat berpengaruh terhadap kualitas audit perusahaan. KAP besar (*Big Four*) dinilai akan melakukan audit dengan lebih berkualitas disbanding dengan KAP kecil.

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

2. *Audit Committee* atau Komite Audit (20%), terdiri dari:

a. AUD_SIZE (jumlah komite audit)

Ukuran komite audit diukur berdasarkan jumlah anggota audit baik berasal dari dalam maupun luar perusahaan sampel.

Range	Score
0 – 3	2
4 – 6	4
7 – 9	6
10 – 12	8
> 12	10

b. AUD_IND (persentase komite audit independen)

Range	Score
0% - 20%	2
21% - 40%	4
41% - 60%	6
61% – 80%	8
> 80%	10

Persentase komite audit independen diukur dengan indikator anggota komite audit independen terhadap jumlah seluruh anggota komite audit perusahaan.

c. FINEXPERT (keahlian komite audit)

Adanya seorang ahli dalam bidang keuangan yang bertindak sebagai konsultan perusahaan.

Range	Score
-------	-------

Ya	10
Tidak	0

3. *Management* atau Manajemen (20%), terdiri dari:

a. DIR_SIZE (ukuran dewan direksi)

Range	Score
0 – 3	2
4 – 6	4
7 – 9	6
10 – 12	8
> 12	10

Ukuran dewan direksi adalah jumlah seluruh anggota dewan direksi salam perusahaan.

b. M_OWN (kepemilikan manajerial)

Kepemilikan manajerial diukur dengan persentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

c. FAMILY (ada tidaknya hubungan keluarga)

Range	Score
Ya	10
Tidak	0

4. *Shareholder* atau Pemegang Saham (15%), diukur melalui:

a. %INST_OWN (persentase kepemilikan institusi lain).

Kepemilikan institusi dapat dilihat dari persentase kepemilikan saham oleh perbankan, perusahaan asuransi, dana pension, reksadana dan institusi lain dibagi dengan jumlah saham beredar.

Range	Score
0% - 20%	1
21% - 40%	2
41% - 60%	3
61% - 80%	4
> 80%	5

Dari indikator-indikator tersebut, GCG dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$GCG = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh}}{\text{jumlah skor yang diharapkan}} \times 100\%$$

- Jumlah skor yang diharapkan : Yaitu 95
- Sesuai masing – masing indikator, apabila dalam :
- Indikator Dewan komisaris maka skor yang diharapkan sebesar 40.
 - Indikator Komite audit maka skor yang diharapkan sebesar 30.
 - Indikator Manajemen maka skor yang diharapkan sebesar 20.
 - Indikator Pemegang saham maka skor yang diharapkan sebesar 5.

3. Variabel Mediating

a. *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para pemegang saham, terutama masyarakat di sekitar perusahaan menurut Hamdani (2016). Pengukuran CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan *index* yang dikeluarkan GRI generasi ke-

4. Pengungkapan GRI terdiri dari 91 *items*. Elemen – elemen yang digunakan yaitu: (1) Lingkungan, (2) Energi, (3) Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, (4) Lain-lain, (5) Produk, (6) Keterlibatan Masyarakat, (7) Umum. Pengukuran ini dilakukan dengan mengamati ada atau tidaknya *item* tersebut dalam laporan tahunan. Apabila perusahaan yang menginformasikan item tersebut dalam laporan tahunan akan diberi skor 1, sedangkan perusahaan yang tidak menginformasikan item tersebut akan diberi skor 0. Setelah itu, item yang sudah diungkapkan tersebut dapat dihitung dengan rumus berikut menurut Dewi dan Sanica (2017) :

$$CSR = \frac{\text{Item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{91 \text{ item GRI}}$$

Berdasarkan uraian diatas, maka definisi operasional dan pengukuran variabel dapat dilihat dalam tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

<u>No</u>	<u>Variabel</u>	<u>Definisi</u>	<u>Pengukuran</u>	<u>Skala</u>
1	<i>Firm Value</i>	<i>Firm Value</i> adalah kondisi spesifik yang dicapai oleh perusahaan sebagai tanda kepercayaan publik untuk perusahaan melalui proses kegiatan	$Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TA}$	Rasio

		selama beberapa tahun dari pendirian perusahaan hingga saat ini.		
2	<i>Financial Performance</i>	<i>Financial performance</i> adalah analisis seberapa baik dan benar perusahaan tersebut menerapkan aturan dalam pelaksanaan keuangan.	$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Rasio
3	<i>Good Corporate Governance</i>	<i>Good Corporate Governance (GCG)</i> yaitu mengelola hubungan antara pemegang saham, direktur perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan, dan pemangku kepentingan internal	$GCG = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh}}{\text{jumlah skor yang diharapkan}} \times 100\%$	Rasio

		dan eksternal lainnya.		
4	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i> merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para pemegang saham, terutama masyarakat di sekitar perusahaan.	$CSR = \frac{\text{Item yg diungkapkan olh perusahaan}}{91 \text{ item GRI}}$	Rasio

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan gambaran atas suatu data yang dikumpulkan dalam penelitian. Cakupan data tersebut dapat dilihat dari rata-rata, median, standar deviasi, *variance*, nilai maksimum dan nilai minimum (Ghozali, 2018).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linier berganda yang berbasis ordinary least square. Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen berjumlah lebih dari satu. Menurut Ghozali (2018) untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah residual model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Indikator model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji statistik dapat digunakan untuk menentukan apakah residual terdistribusi secara normal non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) test yang terdapat di program SPSS menurut Ghozali (2018). Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan pedoman sebagai berikut:

- a. Apabila hasil signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05 menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila hasil signifikansi lebih kecil ($<$) dari 0,05 menunjukkan pola tidak terdistribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian berkorelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki korelasi antar variabel bebas dan tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinieritas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas

yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai *Tolerance* menurut Ghozali (2018). Adapun kriterianya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$ maka menunjukkan adanya multikolinearitas.
- b. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $VIF < 10$ maka tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

3.6.2.3 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2018) uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan palsu untuk periode t dan kesalahan palsu dalam model regresi. periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinyatakan ada problem autokorelasi. Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Run Test* (Ghozali, 2018). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari ($<$) 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
- b. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari ($>$) 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

3.6.2.4 Uji Heteroskedastitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi menurut Ghozali (2018). Pengujian heteroskedastisitas dengan mentransformasikan data ke dalam bentuk logaritma. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Uji Fit Model

Pengujian Fit Model terdiri dari :

3.6.3.1 Uji F

Uji F menguji apakah semua variabel independen dalam model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan (simultan) menurut Ghozali (2018). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan alfa sama dengan 5% ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. H_0 diterima atau H_a ditolak jika signifikan > 0.05 , artinya semua variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen.
- b. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikan ≤ 0.05 , artinya semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat / dependen.

3.6.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dipergunakan dalam mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai adjusted R^2 semakin mendekati satu 1 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependennya. Maka sebaliknya jika nilai Adj R^2 mendekati 0 maka akan

semakin lemah kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen menurut Ghozali (2018).

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini teknik yang dipergunakan untuk analisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Model persamaan dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Z = \alpha_2 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Y$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

Z = *Corporate Social Responsibility*

A = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi variabel

X_1 = *Financial Performance*

X_2 = *Good Corporate Governance*

3.6.5 Uji Hipotesis

Tujuan pengujian parsial yaitu untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh parsial variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji hipotesis

dilakukan pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Apabila tingkat signifikansi $\geq 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (IDX) pada tahun 2019-2021. Jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) tahun 2019-2021 sebanyak 51 perusahaan. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Setelah dilakukan seleksi pemilihan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, maka diperoleh sebanyak 47 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) selama 3 tahun penelitian, sehingga dapat diperoleh sampel penelitian sebanyak 141 data pengamatan. Adapun rincian perolehan sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Seleksi Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021	51
2	Perusahaan yang tidak mengungkapkan laporan keuangan secara berturut-turut pada tahun 2019-2021	-1
3	Perusahaan yang tidak mengungkapkan data yang berkaitan dengan variabel penelitian pada periode 2019-2021	-3
4	Perusahaan yang memenuhi kriteria	47
	Jumlah sampel yang digunakan (47 perusahaan x 3 tahun)	141

Data sekunder yang diolah tahun 2022

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis berupa gambaran atas suatu data yang dikumpulkan dalam penelitian. Cakupan data tersebut dapat dilihat dari rata-rata, median, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum (Ghozali, 2018). Data pada penelitian ini berjumlah 141, namun setelah dilakukan pengujian terdapat beberapa data yang tidak normal. Maka peneliti melakukan outlier data sebanyak 16 data pada model 1, sehingga hanya menyisakan 125 data. Hasil statistic deskriptif dengan IBM SPSS 25 disajikan dalam tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Model 1

		Statistics		
		ROA	GCG	CSR
N	Valid	125	125	125
	Missing	0	0	0
Mean		.0530	.3430	.2413
Median		.0500	.3300	.2418
Std. Deviation		.07670	.09357	.04336
Minimum		-.15	.17	.15
Maximum		.24	.59	.35

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari *Return On Assets* (ROA) sebesar 0,24 terjadi pada PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2020. Sedangkan, nilai minimumnya sebesar -0,15 terjadi pada PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) tahun 2020 dan PT Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR) tahun 2020. ROA memiliki nilai rata – rata (*mean*) sebesar 0.0530 dan standar deviasi sebesar 0,07670. Dengan hasil di atas, dapat dikatakan bahwa nilai rata – rata lebih rendah dari standar deviasinya, hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data tidak merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 0.053 lebih tinggi dibandingkan nilai tengah sebesar 0,05. Dapat disimpulkan bahwa rata – rata hasil ROA sampel tinggi.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari *Good Corporate Governance* (GCG) sebesar 0,59 terjadi pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2021. Sedangkan, nilai minimumnya sebesar 0,170 terjadi pada PT Indonesia Tobacco Tbk (ITIC) pada tahun 2019. GCG memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,3430 dan standar deviasi sebesar 0,09357. Dengan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan standar deviasi, hal ini menunjukkan rendahnya variabilitas data antara nilai minimum dan maksimum. Dengan semakin rendahnya tingkat variabilitas data maka dapat dikatakan penyebaran data merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 0,3430 lebih tinggi dibandingkan nilai tengah sebesar 0,33. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata hasil GCG sampel tinggi.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,35 terjadi pada PT Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR) tahun 2019. Sedangkan nilai minimumnya sebesar 0,15 terjadi pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) tahun 2020. CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,2413 dan standar deviasi sebesar 0,04336. Dengan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata lebih tinggi dibandingkan standar deviasi, hal ini menunjukkan rendahnya variabilitas data antara nilai minimum dan maksimum. Dengan semakin rendahnya tingkat variabilitas data maka dapat dikatakan penyebaran data merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 0,2413 lebih rendah dibandingkan nilai tengah sebesar 0,2418. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata hasil CSR sampel rendah.

Data pada penelitian ini berjumlah 141, namun setelah dilakukan pengujian terdapat beberapa data yang tidak normal. Maka peneliti melakukan outlier data sebanyak 28 data

pada model 2, sehingga hanya menyisakan 113 data. Hasil statistic deskriptif dengan IBM SPSS 25 disajikan dalam tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Model 2

		Statistics			
		ROA	GCG	CSR	Firm Value
N	Valid	113	113	113	113
	Missing	0	0	0	0
Mean		.04618	.33681	.24059	85305.89462
Median		.05000	.33000	.24176	2.06199
Std. Deviation		.072056	.087139	.042569	314521.41042
Minimum		-.150	.170	.154	.489
Maximum		.220	.550	.352	2448952.866

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari *Return On Assets* (ROA) sebesar 0,220 terjadi pada PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) pada tahun 2019. Sedangkan, nilai minimumnya sebesar -0,150 terjadi pada PT Mulia Boga Raya Tbk (KEJU) 2019. ROA memiliki nilai rata – rata (*mean*) sebesar 0.04618 dan standar deviasi sebesar 0,072056. Dengan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa nilai rata – rata lebih rendah dari standar deviasinya, hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data tidak merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 0.04618 lebih tinggi dibandingkan nilai tengah sebesar 0,05. Dapat disimpulkan bahwa rata – rata hasil ROA sampel tinggi.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari *Good Corporate Governance* (GCG) sebesar 0,550 terjadi pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) tahun 2019 hingga 2021. Sedangkan, nilai minimumnya sebesar 0,170 terjadi pada PT Indonesia Tobacco Tbk (ITIC) pada tahun 2019. GCG memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,33681 dan

standar deviasi sebesar 0,087139. Dengan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan standar deviasi, hal ini menunjukkan rendahnya variabilitas data antara nilai minimum dan maksimum. Dengan semakin rendahnya tingkat variabilitas data maka dapat dikatakan penyebaran data merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 0,33681 lebih tinggi dibandingkan nilai tengah sebesar 0,330. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata hasil GCG sampel tinggi.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,352 terjadi pada PT Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR) tahun 2019. Sedangkan nilai minimumnya sebesar 0,154 terjadi pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) tahun 2020. CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,24059 dan standar deviasi sebesar 0,042569. Dengan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata lebih tinggi dibandingkan standar deviasi, hal ini menunjukkan rendahnya variabilitas data antara nilai minimum dan maksimum. Dengan semakin rendahnya tingkat variabilitas data maka dapat dikatakan penyebaran data merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 0,24059 lebih rendah dibandingkan nilai tengah sebesar 0,24176. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata hasil CSR sampel rendah.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan nilai maksimum dari nilai perusahaan sebesar 2.448.952,866 terjadi pada PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) pada tahun 2021. Sedangkan, nilai minimumnya sebesar 0,481 terjadi pada PT Indonesia Tobacco Tbk (ITIC) pada tahun 2019. Nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 85.305,894 dan standar deviasi sebesar 314.521,4104. Dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata lebih rendah dari standar deviasinya, hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data tidak merata. Dilihat dari nilai rata-rata sebesar 85.305,894 lebih

tinggi dibandingkan nilai tengah sebesar 2,06199. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata hasil nilai perusahaan sampel tinggi.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel penelitian ini berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan analisis statistik Kolmogorov-Smirnov dari persamaan residual. Kriteria pengujianya adalah data berdistribusi normal jika signifikansinya $> 0,05$ dan jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan *one-sample Kolmogorov-Smirnov test*. Hasil uji normalitas model 1 dapat dilihat pada tabel berikut:

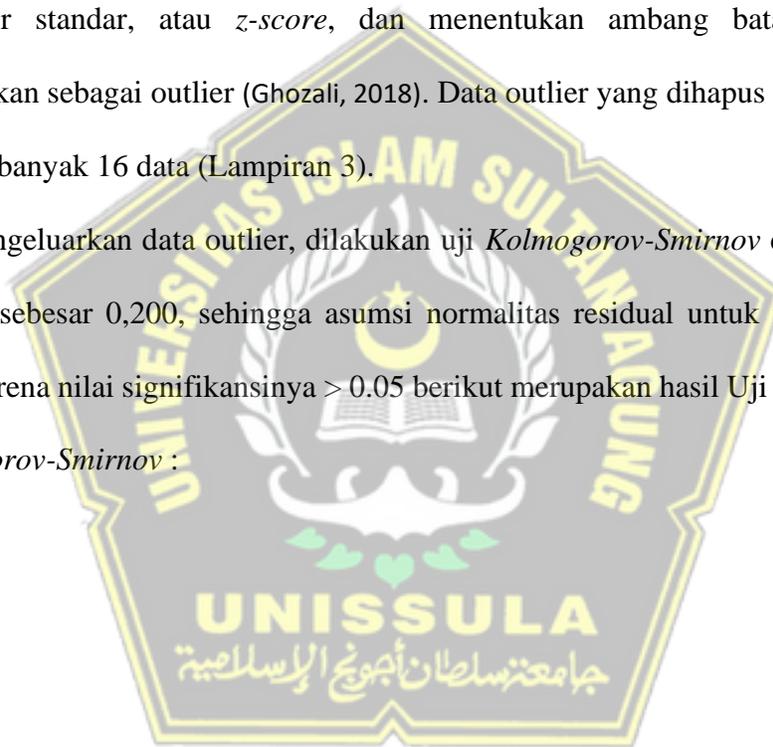
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05079307
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.103
	Negative	-.074
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa Uji *Kolmogorov-Smirnov* model 1 menghasilkan nilai signifikansi 0.001 yang lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi tidak berdistribusi secara normal. Dari hasil ini, maka perlunya melakukan reduksi data outlier (Ghozali, 2018)

Deteksi outlier dapat dilakukan dengan mengubah nilai data menjadi apa yang dikenal sebagai skor standar, atau *z-score*, dan menentukan ambang batas di mana data diklasifikasikan sebagai outlier (Ghozali, 2018). Data outlier yang dihapus pada model regresi ini adalah sebanyak 16 data (Lampiran 3).

Setelah mengeluarkan data outlier, dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,200, sehingga asumsi normalitas residual untuk model kedua telah terpenuhi karena nilai signifikansinya > 0.05 berikut merupakan hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* :



Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000000 0
	Std. Deviation	.0789900954 88
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.051
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00000000
	Std. Deviation	1951836.10899685
Most Extreme Differences	Absolute	.185
	Positive	.185
	Negative	-.116
Test Statistic		.185
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		

- | |
|--|
| b. Calculated from data. |
| c. Lilliefors Significance Correction. |

Tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa Uji *Kolmogorov-Smirnov* model 2 menghasilkann nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi tidak berdistribusi secara normal. Dari hasil ini, maka perlunya melakukan reduksi data outlier (Ghozali, 2018)

Setelah mengeluarkan data outlier, dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov dan diperoleh hasil signifikansi atau yang biasa disebut *z-score* (Ghozali, 2018). Data outlier yang dihapus pada model regresi ini adalah sebanyak 28 data (Lampiran 4).

Setelah menghapus data *outlier* dilakukan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dan diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,200, sehingga asumsi normalitas residual untuk model kedua telah terpenuhi karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 berikut adalah hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* :

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-419165.2045505
	Std. Deviation	961724.65223127
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057

	Negative	-.040
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

1.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolinearitas adalah situasi di mana model regresi mendeteksi korelasi sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen. Pengujian multikolonieritas dapat dilaksanakan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Adanya multikolonieritas dapat diketahui jika nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Multikolinearitas Model 1

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	.867	1.153
	GCG	.867	1.153

a. Dependent Variable: CSR

Kemudian pada Model 1 didapat nilai VIF kurang dari 10 terlihat dari variabel *Return On Assets* (ROA) sebesar 1,153, *Good corporate Governance* (GCG) sebesar 1,153. Begitu juga pada nilai *tolerance* yang lebih dari 0,10 yang dapat dilihat pada variabel *Return On Assets* (ROA) sebesar 0,867, *Good corporate*

Governance (GCG) sebesar 0,867. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa model 1 regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.9 Multikolinearitas Model 2

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	.863	1.159
	GCG	.860	1.163
	CSR	.994	1.006
a. Dependent Variable: Firm Value			

Kemudian pada Model 2 diperoleh nilai VIF kurang dari 10 terlihat dari variabel *Return On Assets* (ROA) sebesar 1,159, *Good corporate Governance* (GCG) sebesar 1,163, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 1,006. Begitu juga pada nilai *tolerance* yang lebih dari 0,10 yang dapat dilihat pada variabel *Return On Assets* (ROA) sebesar 0,863, *Good corporate Governance* (GCG) sebesar 0,860, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,994. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model 1 regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

1.2.2.3 Uji Autokorelasi

Uji run test bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terjadi secara random atau tidak (Ghozali, 2018). Hasil uji run test dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Uji Run Test Model 1

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.00047
Cases < Test Value	62

Cases \geq Test Value	63
Total Cases	125
Number of Runs	69
Z	.989
Asymp. Sig. (2-tailed)	.323
a. Median	

Berdasarkan tabel 4.10 hasil analisis Uji *Run Test* model 1 menunjukkan bahwa nilai *Asym. Sig* memiliki nilai 0,323. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi tidak terdapat hubungan korelasi / bisa disimpulkan tidak terjadi masalah autokorelasi karena nilai *Asym. Sig* bernilai lebih dari 0.05.

Tabel 4.11 Uji Run Test Model 2

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-67016.66258
Cases $<$ Test Value	56
Cases \geq Test Value	57
Total Cases	113
Number of Runs	57
Z	-.094
Asymp. Sig. (2-tailed)	.925
a. Median	

Berdasarkan tabel 4.10 hasil analisis Uji *Run Test* model 2 menunjukkan bahwa nilai *Asym. Sig* memiliki nilai 0,925. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi tidak terdapat hubungan korelasi atau dapat dikatakan tidak terjadi masalah autokorelasi karena nilai *Asym. Sig* bernilai lebih dari 0.05.

1.2.2.4 Uji Heteroskedastitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi menurut Ghozali (2018). Pengujian heteroskedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan Uji Glejser. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.027	.009		3.022	.003
	ROA	.036	.033	.106	1.094	.276
	GCG	.015	.027	.053	.544	.588

a. Dependent Variable: ABRESID

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dapat dilihat bahwa variabel *Return On Assets* (ROA) memiliki nilai sig sebesar 0,276, *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki nilai sig sebesar 0,588. Dari tingkat signifikansi di atas maka lebih besar dari 0,05, dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya, dalam model 1 tidak ada satupun variabel independent ROA, dan GCG yang signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-519866.312	160156.816		-3.246	.002
	ROA	939119.249	351465.602	.244	2.672	.009
	GCG	488804.560	270201.609	.164	1.809	.073
	CSR	1950083.831	539057.575	.312	3.618	.000
a. Dependent Variable: ABRESID						

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas model 2 pada tabel 4.12 terdapat hasil $< 0,05$, karena adanya gejala heteroskedastisitas maka cara mengobati gejala tersebut dengan mentransformasi data ke dalam bentuk logaritma. Uji *glejser* setelah data ditransformasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Mentransformasi Data Ke Bentuk Logaritma

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.389	1.113		3.944	.000
	LG_ROA	.097	.206	.051	.469	.640
	LG_GCG	1.868	1.148	.179	1.628	.107
	LG_CSR	2.958	1.500	.206	1.972	.052
a. Dependent Variable: ABS_RES3						

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas sebelumnya terjadi masalah heteroskedastisitas, maka data diubah ke bentuk logaritma lalu menggunakan uji *glejser* dapat dilihat bahwa variabel *Return On Assets* (ROA) (LG_ROA) memiliki nilai sig sebesar 0,640, *Good Corporate Governance* (LG_GCG) memiliki nilai sig sebesar 0,170, dan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (LG_CSR) memiliki nilai sig sebesar 0,052. Dari tingkat signifikansi tersebut maka lebih besar dari 0,05, dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

heteroskedastisitas. Artinya, dalam model 2 tidak ada satupun variabel independent ROA, GCG maupun CSR yang signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Uji Fit Model

4.2.3.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel *return on assets*, *good corporate governance*, *corporate social performance* terhadap nilai perusahaan secara simultan, dan pengaruh *return on assets*, *good corporate governance* terhadap *corporate social performance*. Hasil uji F Model 1 dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji F Model 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	2	.002	.107	.018 ^b
	Residual	.233	122	.000		
	Total	.233	124			
a. Dependent Variable: CSR						
b. Predictors: (Constant), GCG, ROA						

Pada tabel 4.15, terlihat model 1 nilai sig F (0,018) < 0,05, yang artinya variabel *return on assets*, dan *good corporate governance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Kesimpulan dari hasil tersebut adalah model regresi 1 pada riset ini baik dan layak dipergunakan dalam penelitian.

Tabel 4.16 Hasil Uji F Model 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	.209	3	3.540	3.806	.012 ^b
	Residual	.662	109	.930		
	Total	.871	112			
a. Dependent Variable: LG_FirmValue						
b. Predictors: (Constant), LG_CSR, LG_ROA, LG_GCG						

Pada tabel 4.16, terlihat model 2 nilai sig F (0,012) < 0,05, yang artinya variabel *return on assets*, *good corporate governance*, dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari hasil tersebut adalah model regresi 2 pada riset ini baik dan layak dipergunakan dalam penelitian.

4.2.3.2 Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai adjusted R² semakin mendekati satu 1 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependennya. Maka sebaliknya jika nilai Adj R² mendekati 0 maka akan semakin lemah kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen menurut Ghazali (2018). Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi Model 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.042 ^a	.002	.015	.04368
a. Predictors: (Constant), GCG, ROA				
b. Dependent Variable: CSR				

Berdasarkan tabel 4.17, besarnya nilai *Adjusted R Square* pada model 1 yang didapat adalah 0,015 atau 1,5%. Artinya *return on assets*, dan *good corporate governance* dapat menjelaskan variabel *corporate social responsibility* sebesar 1,5% sedangkan sisanya sebesar 98,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi Model 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.308 ^a	.095	.070	303327.017921
a. Predictors: (Constant), LG_CSR, LG_ROA, LG_GCG				

Berdasarkan tabel 4.18, besarnya nilai *Adjusted R Square* pada model 2 yang didapat adalah 0,070 atau 7%. Artinya *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, dan *return on assets* dapat menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 7% sedangkan sisanya sebesar 93% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.2.4 Uji Hipotesis

Uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh dari variabel independent terhadap dependen secara parsial. Hasil uji signifikansi parsial (Uji T) dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.19 Uji T Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.240	.015		15.847	.000
	ROA	.024	.055	.042	.429	.669
	GCG	.009	.045	.011	.007	.994

a. Dependent Variable: CSR

Tabel 4.20 Uji T Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.893	.438		2.854	.005
	LG_ROA	.019	.354	.006	-.053	.958
	LG_GCG	.215	.977	.181	1.626	.108
	LG_CSR	.377	.595	.179	1.687	.037

a. Dependent Variable: LG_FirmValue

Tabel 4.21 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Nilai Koefisien beta	Nilai t hitung	Nilai t tabel	Nilai sig. Uji t	Nilai α	Hasil
1.	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Firm Value</i>	0,179	1.687	1,98	0.037	0.05	H1 Diterima
2.	<i>Financial Performance</i> berpengaruh positif signifikan	0.006	-0.053	1,98	0,958	0.05	H2 Ditolak

	terhadap <i>Firm Value</i>						
3.	<i>Good Corporate governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Firm Value</i>	0.181	1.626	1,98	0.108	0.05	H3 Ditolak
4.	<i>Financial Performance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Corporate Social Rspnsibility</i>	0.024	0.042	1,97	0.669	0.05	H4 Ditolak
5.	<i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap CSR	0.009	0.045	1,97	0.994	0.05	H5 Ditolak
6.	<i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memediasi pengaruh <i>profitabilitas</i> dengan <i>Firm Value</i>	0,013	0.148	1,98	0,007	0.05	H6 Ditolak
7	<i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memediasi pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dengan <i>Firm Value</i>	0,008	0.053	1,98	0.183	0.05	H7 Ditolak

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Dalam model persamaan penelitian ini diketahui pada tingkat signifikan 5% diperoleh nilai t_{tabel} ($df = \alpha = 0,05$) sebesar 1,97 untuk model 1 dan nilai t_{tabel} ($df = \alpha = 0,05$) sebesar 1,98 untuk model 2 . Berdasarkan tabel 4.21, dapat dilihat dari hasil uji-t sebagai berikut :

1. Pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,687 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98 dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Hal ini berarti t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1,687 < 1,98$ dan hasil nilai signifikan sebesar $0,037 < 0,05$. Nilai koefisien beta sebesar 0,179 menunjukkan arah positif. Sehingga dapat dibuktikan bahwa **H1 Diterima**. Ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value*.
2. Pada variabel *Financial Performance* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -0.053 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98 dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%. Hal ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $-0,053 < 1,98$ dan hasil signifikansi sebesar $0,958 > 0,05$. Nilai koefisien beta diketahui sebesar 0,006 menunjukkan arah positif, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H2 Ditolak**. Ini berarti variabel *Financial Performance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Firm Value*.
3. Pada variabel *Good Corporate Governance* (GCG) menunjukkan nilai t_{hitung} yang diambil sebesar 1,626 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98 dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%. Hal ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $1,626 < 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,108 > 0,05$. Nilai koefisien beta diketahui sebesar 0,181 menunjukkan arah positif, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H3 Ditolak**. Ini berarti variabel *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Firm Value*.

4. Pada variabel *Financial Performance* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0.042 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98 dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Hal ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $0.042 < 1,97$ dan nilai signifikansi sebesar $0,669 > 0,05$. Nilai koefisien beta diketahui sebesar 0.024 menunjukkan arah positif, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H4 Ditolak**. Ini berarti variabel *Financial Performance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
5. Pada variabel *Good Corporate Governance* (GCG) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -0,045 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,97 dengan taraf signifikansi 5 %. Hal ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $0.045 < 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,994 > 0,05$. Nilai koefisien beta diketahui sebesar 0.009 menunjukkan arah positif, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H5 Ditolak**. Ini berarti variabel *Good Corporate Governance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.
6. Pada variabel *Coprorate Social Responsibility* (CSR) dalam memediasi pengaruh profitabilitas dengan *Firm Value* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0.148 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98 dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $0.148 < 1,98$ dan nilai signifikansi sebesar $0,007 > 0,05$, Nilai koefisien beta diketahui sebesar 0,013 menunjukkan arah positif, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H6 Ditolak**. Ini berarti variabel *Coprorate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas dengan *Firm Value* .
7. Pada variabel *Coprorate Social Responsibility* (CSR) dalam memediasi pengaruh GCG dengan *Firm Value* menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0.053 dan nilai t_{tabel} sebesar 0.183 dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Hal ini berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $0.053 < 1,98$ nilai signifikansi sebesar $0.183 > 0,05$. Nilai

koefisien beta diketahui sebesar 0,008 menunjukkan arah positif, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H7 Ditolak**. Ini berarti variabel *Coprorate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memediasi pengaruh GCG dengan *Firm Value*.

4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda (Uji Sobel)

Teknik pada penelitian ini menganalisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Model persamaan dalam penelitian ini yaitu :

Model 1:

$$Y = 0.240 + 0.024 X_1 - 0.009 X_2$$

Model 2 :

$$Z = 0.893 + 0.019 X_1 + 0,215 X_2 + 0.377 Y$$

Menghitung dengan rumus sobel untuk menguji ROA berpengaruh terhadap *Firm Value* melalui CSR :

$$Ab = a_1 \times b_2$$

$$= 0,024 \times 0,019$$

$$= 0,005$$

$$Sab = \sqrt{b_2^2 \times Sa_1^2 + a_1^2 \times Sb_2^2}$$

$$= \sqrt{0,019^2 \times 0,055^2 + 0,024^2 \times 0,354^2}$$

$$= 0,008$$

$$Z = Ab/Sab$$

$$= 0,053$$

Dari hasil perhitungan di atas $0.053 < 1,98$ (df tabel), maka dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak mampu memediasi pengaruh *return on assets* terhadap *firm value* .

Menghitung dengan rumus sobel untuk menguji GCG berpengaruh terhadap Firm

Value melalui CSR :

$$Ab = a_2 \times b_3$$

$$= 0,009 \times 0.215$$

$$= 0.002$$

$$Sab = \sqrt{b_3^2 Sa^2 + a_2^2 Sb^2}$$

$$= \sqrt{0,215^2 \times 0.045^2 + (0,009)^2 \times 0,977^2}$$

$$= 0,013$$

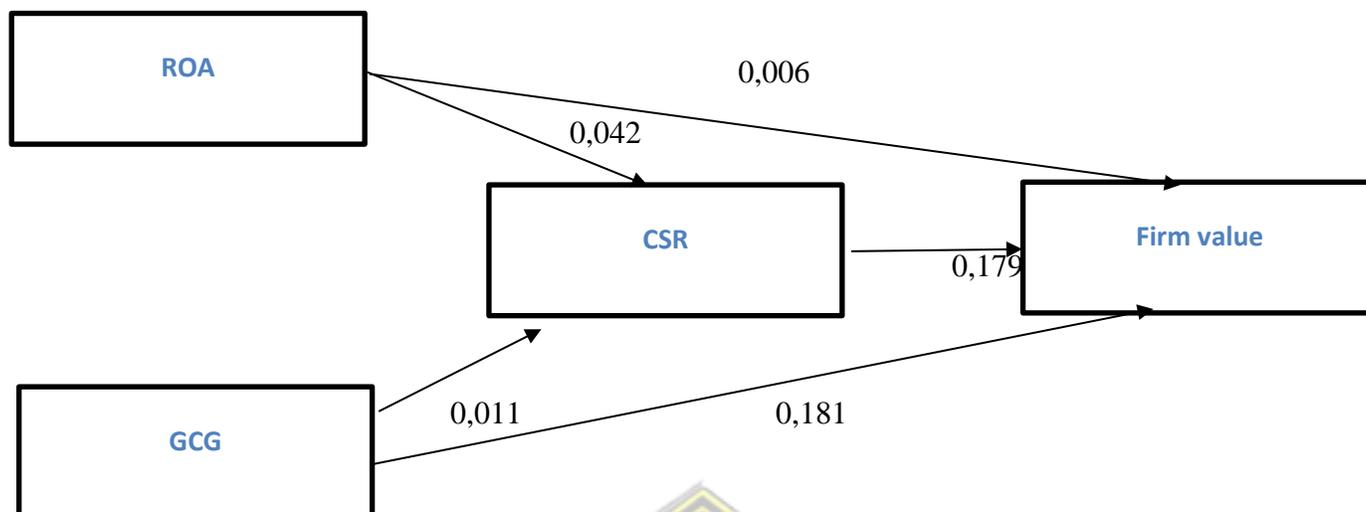
$$Z = Ab/Sab$$

$$= 0.148$$

Dari hasil perhitungan di atas sebesar $0,148 < 1,98$ (df tabel), maka dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak mampu memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *firm value* .

$$e1 = \sqrt{1 - 0,002} = 0.998$$

$$e2 = \sqrt{1 - 0,095} = 0.951$$



1. Analisis pengaruh CSR memediasi pengaruh ROA dengan *Firm Value* . Pengaruh langsung yang diberikan sebesar 0,006. Sedangkan pengaruh tidak langsung yaitu ROA terhadap CSR dikali dengan CSR terhadap nilai perusahaan = $0,006 \times 0,179 = 0,001$. Maka pengaruh total ROA terhadap *firm value* melalui CSR yang diberikan secara langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung = $0,006 + 0,001 = 0,007$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara langsung, hal ini menunjukkan bahwa ROA melalui CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.
2. Analisis pengaruh CSR memediasi pengaruh GCG dengan *Firm Value*. Pengaruh langsung yang diberikan sebesar 0,181. Sedangkan pengaruh tidak langsung yaitu GCG terhadap CSR dikali dengan CSR terhadap nilai perusahaan = $0,011 \times 0,179 = 0,002$. Maka pengaruh total GCG terhadap *firm value* melalui CSR yang diberikan secara langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung = $0,181 + 0,002 = 0,183$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara langsung, hal ini menunjukkan bahwa GCG melalui CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,196 dan nilai signifikan sebesar $0,034 < 0,05$, yang berarti variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Firm Value*. Ini berarti bahwa pernyataan **H1 diterima**.

Maka disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap *firm value*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem CSR yang baik dalam suatu perusahaan dapat menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Terlihat dari nilai maksimum CSR yaitu sebesar 0,352 dan nilai rata-rata sebesar 0,24, dengan nilai rata-rata dan nilai maksimum yang tinggi ini berarti bahwa pelaksanaan CSR dalam perusahaan tinggi sehingga mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena dukungan dari masyarakat terhadap perusahaan juga akan meningkat. Besaran nilai indikator di masing – masing perusahaan yang tinggi dapat memberikan legitimasi yang cukup konsisten terhadap para masyarakat di sekitar. Hal ini dimungkinkan karena nilai rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,24 pada perusahaan memang dilaksanakan oleh perusahaan secara penuh sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan kepada masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesumastuti & Dewi (2021) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutopo Dian et al., (2018) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh *Financial Performance* terhadap *Firm Value*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Financial Performance* memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,006 dan nilai signifikan sebesar $0,958 > 0,05$, yang berarti variabel *financial performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value*. Ini berarti bahwa pernyataan **H2 ditolak**.

Dapat disimpulkan bahwa *financial performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal ini mengindikasikan bahwa *financial performance* yang baik dalam suatu perusahaan tidak mampu menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Terlihat dari nilai maksimum *financial performance* yaitu sebesar 0,22 dan nilai rata-rata sebesar 0,0461. Dengan nilai maksimum dan nilai rata-rata yang kecil ini membuktikan bahwa profitabilitas yang rendah akan menurunkan nilai perusahaan karena akan mengakibatkan menurunnya laba yang di dapatkan perusahaan. Dengan *return on assets* untuk mengukur kinerja keuangan dapat diketahui bahwa dengan pengembalian yang semakin kecil maka akan mempengaruhi minat investor untuk menanamkan sahamnya di pasar modal, hal ini berdampak pada harga saham di pasar modal menurun, maka nilai perusahaan pun akan semakin menurun.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang yang disebutkan oleh Umayyah & Salim (2018) bahwa dalam memilih perusahaan, investor mempertimbangkan profitabilitas perusahaan, salah satunya mempertimbangkan tingkat pengembalian ekuitas. Investor melihat keuntungan yang tinggi dari suatu perusahaan sebagai peluang yang baik untuk menghasilkan keuntungan dari modal yang ditanamkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan dilakukan oleh Umayyah & Salim (2018) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap

nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puteri et al., (2018) yang membuktikan bahwa *financial performance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Firm Value*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Good Corporate Governance* memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,181 dan nilai signifikan sebesar 0,108 > 0,05, yang berarti variabel *good corporate governance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Firm Value*. Ini berarti bahwa pernyataan **H3 ditolak**.

Dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *firm value*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem GCG yang baik dalam suatu perusahaan tidak dapat menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan. terlihat dari nilai maksimum GCG yaitu sebesar 0,55 dan nilai rata-rata sebesar 0,34. Nilai rata-rata yang rendah ini menunjukkan bahwa pelaksanaan tata kelola di perusahaan belum dilaksanakan secara maksimal. Hal ini mampu menimbulkan ketidakharmonisan antara manajemen dengan para stakeholders, hal ini mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Besaran jumlah dewan komisaris, komisaris independen, kepemilikan saham dewan komisaris, informasi KAP, jumlah komite audit, komite audit independen, keahlian komite audit, jumlah dewan direksi, kepemilikan saham dewan direksi, ada tidaknya hubungan keluarga, kepemilikan institusi lain sebagai indikator *good corporate governance* tidak dapat memberikan sinyal positif bagi pemegang saham untuk meningkatkan nilai pasar saham perusahaan. Menurut (Riska Franita, n.d.) indikator GCG tidak sepenuhnya mampu menaikkan nilai perusahaan, karena apabila indikator GCG terlalu berlebih akan mengakibatkan kurang baik bagi perusahaan

karena kurang mampu memainkan perannya di perusahaan tersebut. Dan apabila proporsi kepemilikan publik tidak lebih dari 5 persen akan membuat pelaporan keuangan menjadi tidak *real* karena terlihat oleh publik seperti hanya menginginkan laba yang tinggi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutopo Dian et al., n.d. (2018) yang membuktikan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bawai & Kusumadewi (2018) yang membuktikan bahwa *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.4 Pengaruh *Financial Performance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *financial performance* memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,024 dan nilai signifikan sebesar $0,669 > 0,05$, yang berarti variabel *financial performance* tidak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Ini berarti bahwa pernyataan **H4 ditolak**.

Dapat disimpulkan bahwa *financial performance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini mengindikasikan bahwa *financial performance* yang baik dalam suatu perusahaan tidak dapat menjadi alat untuk meningkatkan *corporate social responsibility*. Terlihat dari nilai maksimum *financial performance* yaitu sebesar 0,24 dan nilai rata-rata sebesar 0,053, sedangkan nilai rata-rata CSR juga hanya 0,24. Dengan nilai maksimum dan rata-rata yang cukup rendah menunjukkan bahwa besarnya profitabilitas cukup rendah dan menciptakan laba yang didapat perusahaan kecil dan berdampak pada pengungkapan CSR yang sangat rendah juga. Karena laba yang dimiliki oleh

perusahaan rendah maka manajemen akan terhambat dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas tanggung jawab sosial dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saftiana & Arya Dwikatama, 2018) yang membuktikan bahwa *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arita dan Mukhtar (2019) yang membuktikan bahwa *financial performance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*.

4.3.5 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *financial performance* memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0.009 dan nilai signifikan sebesar $0,994 > 0,05$, yang berarti variabel *good corporate governance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Ini berarti bahwa pernyataan **H5 ditolak**.

Dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem *good corporate governance* yang baik dalam suatu perusahaan tidak dapat menjadi alat untuk meningkatkan *corporate social responsibility*. Terlihat dari nilai maksimum GCG yaitu sebesar 0,55 dan nilai rata-rata sebesar 0,34. Besaran jumlah skor yang diperoleh dari indikator-indikator GCG tidak dapat menjamin suatu perusahaan dapat bertanggung jawab terhadap masyarakat di sekitar. Dengan nilai rata-rata GCG yang rendah maka mencerminkan tata kelola yang buruk bagi perusahaan. Tata kelola yang buruk berdampak pada pengelolaan pengungkapan sosial, karena manajemen tidak lagi memikirkan masyarakat sekitar namun hanya memikirkan keuntungan pribadi menurut (Wisnu Purbopangestu et al.) manajer

sering kali melakukan tindakan untuk mementingkan kepentingan pribadi tanpa memikirkan stakeholders, hal ini akan membuat manajer membatasi aktivitas perusahaan untuk melaksanakan pelaksanaan CSR demi kepentingan pribadi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafina et al., (2021) yang membuktikan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Bella Septianing (2018) yang membuktikan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*.

4.3.6 Pengaruh *Financial Performance* terhadap Firm Value dengan CSR Sebagai Variabel Mediating

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *financial performance* terhadap *firm value* dengan CSR sebagai variabel mediasi koefisien beta sebesar 0,013 dan nilai signifikan sebesar $0,007 > 0,05$, yang berarti variabel *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi profitabilitas dengan *firm value*. Ini berarti bahwa pernyataan **H6 ditolak**.

Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi profitabilitas dengan *firm value*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem *corporate social responsibility* yang baik dalam suatu perusahaan tidak dapat menjadi alat untuk memediasi pengaruh profitabilitas terhadap *firm value*. Dengan pengungkapan CSR yang baik maka akan memberikan nilai tambah bagi stakeholders dalam jangka panjang dan meningkatkan penjualan perusahaan akibat citra baik yang diberikan perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian ini yang menemukan hasil bahwa CSR tidak dapat memediasi antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Rendahnya rata-rata CSR yaitu 24% tidak mempengaruhi persepsi investor atas hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Sehingga ketika profitabilitas

semakin besar maka CSR tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutopo Dian et al., n.d.(2018) yang membuktikan *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap *firm value*.. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu & Suarjaya (2017) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap *firm value*.

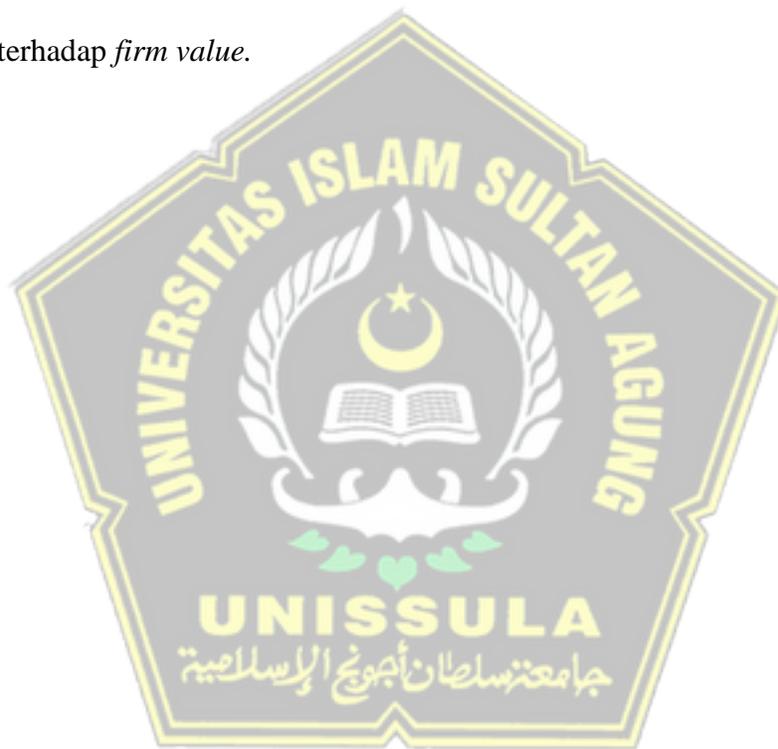
4.3.7 Pengaruh GCG terhadap *Firm Value* dengan CSR Sebagai Variabel Mediating

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* terhadap *firm value* dengan CSR sebagai variabel mediating koefisien beta sebesar 0,008 dan nilai signifikan sebesar $0,183 > 0,05$, yang berarti variabel *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi GCG dengan *firm value*. Ini berarti bahwa pernyataan **H7 ditolak**.

Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi GCG dengan *firm value*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem *corporate social responsibility* yang baik dalam suatu perusahaan tidak dapat menjadi alat untuk memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap *firm value*. Dengan wujud prinsip GCG yaitu pelaksanaan CSR dapat memberikan keuntungan dalam jangka panjang bagi stakeholders maupun masyarakat, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan yang akan menarik investor. Namun berbeda dengan penelitian ini yang menemukan hasil bahwa CSR tidak dapat memoderasi antara GCG terhadap nilai perusahaan. Rendahnya rata-rata CSR yaitu 24% tidak mempengaruhi persepsi investor atas hubungan GCG dengan nilai perusahaan.

Sehingga ketika penerapan *good corporate governance* semakin kecil, maka CSR sebagai implementasi dari GCG tidak mampu memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafina et al., (2021) yang membuktikan bahwa GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati dan Sutapa (2020) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap *firm value*.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *financial performance*, dan *good corporate governance*, terhadap *firm value* dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan analisis data yang dilakukan terhadap 141 sampel pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*. Pengungkapan CSR dalam perusahaan sebagai pemenuhan kewajiban kepada masyarakat berdampak terhadap meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Implementasi CSR dapat menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan.
2. *Financial Performance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Dengan nilai rata-rata *financial performance* yang rendah sebesar 4,6 %, hal ini menunjukkan bahwa ROA tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena *financial performance* rendah maka berdampak pada kinerja perusahaan yang buruk yang akan menimbulkan berkurangnya investor.
3. *Good corporate governance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Dengan nilai rata-rata GCG yang cukup rendah sebesar 33 %, hal ini menunjukkan bahwa GCG tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Pengungkapan GCG pada perusahaan memang sudah dilaksanakan, namun

rendahnya penerapan mengakibatkan tata kelola yang buruk sehingga tidak mampu meningkatkan nilai di suatu perusahaan.

4. *Financial performance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dengan nilai rata-rata ROA hanya sebesar 5,3 % menjadikan kinerja keuangan tidak mampu menciptakan laba yang besar. Karena laba yang dimiliki perusahaan rendah, maka manajemen akan terhambat dalam melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*.
5. *Good corporate governance* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Nilai rata-rata GCG sebesar 34% dan rata-rata CSR sebesar 24%. Nilai rata-rata kedua variabel tersebut cukup rendah, jadi dapat disimpulkan tidak mampu saling mempengaruhi secara signifikan. Dengan pelaksanaan tata kelola yang buruk maka akan mempengaruhi pengungkapan CSR. Manajemen akan memikirkan kepentingan pribadi dan mengabaikan pengungkapan CSR.
6. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh *financial performance* terhadap *firm value*. Rendahnya rata-rata *corporate social responsibility* sebesar 24% tidak mampu mempengaruhi persepsi investor atas hubungan *financial performance* dengan nilai perusahaan.
7. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap *firm value*. Rendahnya rata-rata *corporate social responsibility* sebesar 24% tidak mempengaruhi persepsi investor atas hubungan GCG dengan nilai

perusahaan. Sehingga CSR sebagai implementasi GCG tidak mampu memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, sedangkan ada perusahaan manufaktur sektor lain seperti sektor industri dasar dan kimia maupun sektor industri aneka. Sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat digunakan sebagai dasar generalisasi di industri lain dan periode yang berbeda.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Akademisi

Penelitian ini menggunakan sampel tahun 2019 hingga 2021 sehingga penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian dan dapat menambah sampel tidak hanya dalam perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti sektor lain dan menambah variabel penelitian seperti *leverage*. *Leverage* diduga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pinjaman modal atau utang yang digunakan untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan maupun investasi. Dengan penambahan variabel lain tersebut akan lebih optimal dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi sebenarnya.

5.3.2 Bagi Praktisi

Berdasarkan hasil penelitian di atas adapun saran penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mempertahankan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Seperti *corporate social responsibility* yang bisa menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan pengungkapan CSR yang semakin tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor sehingga reputasi dan harga saham akan meningkat yang nantinya mampu menaikkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, investor sebaiknya melakukan analisis secara detail sebelum melakukan investasi. Sebaiknya investor memilih perusahaan yang mengungkapkan CSR tinggi sehingga akan mendapat dukungan dari masyarakat dan reputasi perusahaan akan meningkat. Apabila reputasi perusahaan meningkat maka nilai saham pun juga akan meningkat yang akan diikuti dengan nilai perusahaan.

3. Bagi Regulator

Melalui penelitian ini diharapkan pemerintah (regulator) dapat lebih insentif dalam mengawasi perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi untuk lebih memaksimalkan implementasi *good corporate governance* dalam perusahaan karena prinsip GCG yang dilaksanakan dengan sungguh-sungguh menciptakan landasan kokoh bagi perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dan

hal tersebut juga membuktikan bahwa perusahaan telah menerapkan pembagian peran sesuai dengan tugas dan tanggung jawab partisipan dalam perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks LQ-45 Periode 2011-2014). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Arita, E., & Mukhtar, R. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014 –2018*.
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan*. 6(2), 1112–1138.
- Bab III Metode Penelitian*. (n.d.). www.djpk.depkeu.go.id
- Bawai, R., & Kusumadewi, H. (2018). Effect of Corporate Governance, Firm Characteristic, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm Value. In *Jurnal Economia* (Vol. 14, Issue 1). <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- dan Holiawati Prodi Akuntansi, S., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2009). *Pengaruh Corporate Governance Perception Index (CGPI) dan Opini Audit terhadap Harga Saham*. www.idx.co.id,
- Empiris, S., Manufaktur, P., Terdaftar, Y., & Bei, D. (2013). *Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Keputusan Investasi Sebagai Mediasi*.
- Ghozali, I. (n.d.). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Universitas Diponegoro.
- Globalreporting.org. (n.d.). *GRI*. Retrieved July 4, 2022, from <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-bahasa-indonesia-translations/>
- Hamdani, A. I. (n.d.). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (ROA, ROE, NPM)*.
- Jurnal, B. P., Publikasi, D., Sari, I., Waikabu, S., Hariadi, S., Tinggi, S., Malangkuçewara, I. E., Terusan, J., & Kalasan -Blimbing, C. (2021). Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM) Efek Moderasi Kualitas Tata Kelola Perusahaan Dari Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Pasar. *BPJP) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 18(02). <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.400>
- Kemala Dewi, G., Fitri Yani, I., Kalbuana, N., Tho, M., Studi Akuntansi, P., Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, I., & Ekonomi dan Bisnis, F. (n.d.). *Pengaruh GCG, Leverage, Pengungkapan CSR terhadap Performance Financial pada Perbankan Syariah di Indonesia dengan Ukuran*

Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1740–1751.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3600>

- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). Analisis Pengaruh Rentabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Silva Nurhasanah Ekayana Sangkasari Paranita. *Jurnal Ilmiah Aset*, 21(2), 123–128.
- Mariani, D., & Suryani. (n.d.). *Kinerja Sosial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Metode, A., & Masalah, P. (n.d.). *Bab III Metode Penelitian*.
- Negara, I. K. (2019). *Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Indeks Sri-Kehati Yang Listed Di BEI)*. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i1.408>
- Pradita, R. A. (n.d.). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Bambang Suryono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Puteri, F. A., Lindrianasari, L., Kesumaningrum, N. D., & Farichah, F. (2018). The Effect of Corporate Social Performance and Financial Performance On Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure As an Intervening Variable Toward Firm Value. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 21(03). <https://doi.org/10.33312/ijar.405>
- Putri, B. S. (n.d.). *Pengaruh Gcg Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Sebagai Variabel Intervening Wahidahwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Putri, B. S. (2018a). *Pengaruh GCG Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Sebagai Variabel Intervening Wahidahwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Putri, B. S. (2018b). *Pengaruh Gcg Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Sebagai Variabel Intervening Wahidahwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Rahmahsari, F., & Gursida, H. (n.d.). *Pengaruh Price To Book Value (Pbv), Price Earning Ratio (Per), Inflasi Dan Kurs Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017*. www.gaikindo.or.id
- Randy, V., & Juniarti. (2013). *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI 2007-2011*.
- Referensi Teori Legitimasi*. (n.d.).
- Referensi Teori Signaling*. (n.d.).

- Riska Franita. (n.d.). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi*. Retrieved January 11, 2023, from <https://books.google.co.id/books?id=fxeZDwAAQBAJ&lpg=PA9&ots=zWO9jDkO3M&dq=g%20tidak%20berpengaruh%20terhadap%20nilai%20perusahaan&lr&hl=id&pg=PA9#v=onepage&q&f=false>
- Riyanta Mitra Karina, D., Setiadi, I., & Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, I. (n.d.). *Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi CSR Influence On Corporate Value With GCG As Moderators*. 6(1), 2020.
- Rohmawati, E. (2020). *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 3 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 28 Oktober 2020 Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Nilai Perusahaan (Pbv) Dengan Corporate Social Responcibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2016-2018)*.
- Saftiana, Y., & Arya Dwikatama, P. (2018a). Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb> Firm's Characteristics, Corporate Governance Quality and Corporate Social Responsibility Disclosure. *Yuditiz@yahoo.Com SIJDEB*, 2(3), 193–212. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb>
- Saftiana, Y., & Arya Dwikatama, P. (2018b). Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb> Firm's Characteristics, Corporate Governance Quality and Corporate Social Responsibility Disclosure. *Yuditiz@yahoo.Com SIJDEB*, 2(3), 193–212. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb>
- Setiawan, W., Budi, L., & Pranaditya, A. (2018). *Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility(CSR) Sebagai Variabel Intervening*.
- Shafina, F., Anwar, S., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2021). *Determinan Pada Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening*. 1(1), 513–524.
- Sosial, K., Keuangan Dan Luas Pengungkapan Sosial, K., & Hadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, N. (n.d.). *Interaksi Tanggungjawab*.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan)*. *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Surya, L. P. (n.d.). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Kurnia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. www.hukumonline.com
- Sutopo, D., Rokhmawati, A., & Andreas. (2018). *pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Variabel Mediasi (Dian dkk)*.

- Umaiyah, E., & Salim, M. N. (n.d.). *ROA Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Wati Nurlaela, L., Syahdam, G. R., & Prambudi, B. (2019). *Peran Pengungkapan CSR Dan Mekanisme GCG Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Wisnu Purbopangestu, H., Jurusan Akuntansi, S., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2014). Accounting Analysis Journal Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. In *AAJ* (Vol. 321, Issue 3). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Yubiharto, & Hastuti, N. R. (2020). *Pengaruh ROA, NPM dan DER Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)*.

