

**PENGARUH GCG, CSR, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

*Kezia Abigail Tarmadi Putri ¹

Liongicasia Mardenia ²

Universitas Trisakti

ARTICLE INFO

Keywords:

Corporate Value, Company Size, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility

ABSTRACT

The value of the firm is one of the important indicators for investors to determine the investment feasibility. The goal of the company is to maximize its value. The purpose of this study is to find out the effect of Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, profitability, and company size on the value of the firm. Multiple regression analysis with a purposive sampling method is used, 60 samples are chosen over the population of the firm listed on the Indonesia Stock Exchange from 2012 through 2015. There are some conclusions in this study. Good Corporate Governance has a positive effect on the value of the firm, while Profitability and Corporate Social Responsibility have no effect on the value of the firm, and company size has a negative influence on the value of the firm

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor dalam menentukan kelayakan investasi. Oleh sebab itu tujuan berdirinya perusahaan adalah memaksumumkan nilainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan metode *purposive sampling* dengan populasi perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2012-2015 dan terpilih sebanyak 60 sampel. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan, profitabilitas dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

How to Cite:

Putri, Kezia Abigail Tarmadi dan Mardenia, Liongicasia. Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi, 14(2), 156-169 <https://doi.org/10.21009/wahana.14.024>

Corresponding Author:

*keziaabigail23@yahoo.co.id

ISSN

2302-1810 (online)

DOI: doi.org/10.21009/wahana.14.024

PENDAHULUAN

Semua perusahaan ketika didirikan tentunya memiliki tujuan. Tujuan utama didirikannya perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan dan nilai perusahaan. Dengan begitu, memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan kepercayaan masyarakat. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan tercermin dari *Price Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Robert, 1997).

Perkembangan zaman membuat tingkat persaingan semakin ketat, sehingga mewajibkan setiap perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing inilah yang menciptakan nilai (*value*) bagi perusahaan agar semakin berkembang dan menarik para investor. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, tentunya ada banyak faktor yang mempengaruhinya, baik dari internal maupun eksternal. Faktor ini bukan hanya dilihat dari sisi finansialnya saja, namun perusahaan juga perlu memperhatikan bagian non finansial. Faktor tersebut antara lain adalah *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, serta Profitabilitas.

Dalam memaksimalkan nilai perusahaan, perusahaan dapat menghadapi *agency problem*, dimana adanya konflik kepentingan antara manajer sebagai “*agent*” dan pemegang saham sebagai “*principal*”. *Principal* dan *agent* seharusnya memiliki tujuan yang sama mengenai perusahaan, namun terkadang terdapat konflik

yang membuat tujuan *agent* tidak lagi sama dengan *principal*. Konflik ini disebut konflik keagenan. *Agent* memiliki wewenang untuk mengatur jalannya kegiatan perusahaan, sehingga jika dibandingkan dengan *principal*, *agent* cenderung mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan. Ketidaksamaan pengetahuan mengenai informasi perusahaan ini disebut asimetri informasi. Dengan adanya konflik keagenan dan asimetri informasi menyebabkan *principal* sulit untuk mempercayai kinerja *agent* dalam menjalankan perusahaan. Jika hal ini terus dibiarkan terjadi, maka akan menghambat maksimalisasi nilai perusahaan. Konflik ini dapat diatasi dengan *GCG* (*Good Corporate Governance*) yang memfasilitasi kejelasan mengenai prosedur, struktur, serta wewenang dalam suatu perusahaan.

Tata kelola perusahaan yang baik (*Good corporate governance*) merupakan proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis dan urusan–urusan perusahaan dalam rangka meningkatkan kemakmuran bisnis dan akuntabilitas perusahaan, dengan tujuan utama menciptakan nilai bagi pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan para konstituen (*stakeholders*) (Nurdin, 2019). Tahun 2001 *Forum for Corporate Governance in Indonesia* menyatakan Tata Kelola Perusahaan dinilai sebagai sistem yang mengendalikan hubungan antara pihak-pihak internal maupun eksternal mengenai kejelasan akan hak dan kewajiban dari pihak-pihak terkait (www.fcgi.org.id). KNKG menyatakan bahwa terdapat lima prinsip yang mendasari GCG. Prinsip tersebut terdiri dari

transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan kewajaran (Rambo,2013). GCG dapat berpengaruh meningkatkan nilai perusahaan karena semakin baik tata kelola perusahaan (GCG) maka akan menjadikan perusahaan tersebut lebih efisien sehingga akan meningkatkan *profit* dan juga nilai perusahaan. Rivandi Pradana dan Ida Bagus Putra Astika (2019) dalam penelitiannya menemukan adanya hubungan positif antara tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu pertimbangan bagi para investor dalam menilai suatu perusahaan. Tolak ukur ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asetnya. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar, dikategorikan sebagai perusahaan besar. Sebaliknya, perusahaan dengan total aset yang kecil dapat dikategorikan sebagai perusahaan kecil. Dengan memiliki total aset yang besar, perusahaan ini dianggap memiliki sumber daya serta kemampuan lebih dalam menaikkan keuntungan dan memajukan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. (Indriyani,2017) Hal ini akan mempengaruhi cara pandang investor terhadap perusahaan tersebut. Investor akan menganggap perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi. Dengan begitu, tentunya akan banyak investor yang tertarik berinvestasi dalam perusahaan.. Respon positif dari para investor membuat memaksimalkan nilai perusahaan semakin mudah dicapai. Rivandi Pradana dan Ida Bagus Putra Astika (2019) dalam penelitiannya menemukan

adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tanggungjawab sosial, atau yang biasa dikenal dengan *CSR (Corporate Social Responsibility)* merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komuniti lokal dan masyarakat secara lebih luas (Sankat, Clement K, 2002). CSR merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, bukan lagi kegiatan yang bersifat sukarela (Suwenti et al., 2017). Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR tentunya memiliki keunggulan kompetitif tersendiri. CSR kini perlu diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan. Pengungkapan ini dapat berdampak pada citra perusahaan yang positif dimata masyarakat dan investor. Pandangan yang positif akan semakin menarik perhatian investor yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Namun, terkadang masih ada investor yang tidak percaya akan kegiatan CSR. Rivandi Pradana dan Ida Bagus Putra Astika (2019) dalam penelitiannya menemukan tidak adanya hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Ketidaksiapan pasar mengenai komitmen perusahaan dalam melakukan CSR serta pandangan negatif investor mengenai kebenaran aktivitas CSR menjadi alasan yang menjadi dasar tidak ada hubungan diantara keduanya.

Pada penelitian kali ini, peneliti menambahkan variable independen yang dinilai juga memiliki pengaruh terhadap nilai

perusahaan. Profitabilitas merupakan daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang di investasikan oleh para pemegang saham dan profitabilitas juga mencerminkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak dana yang di investasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai dividen tunai ataupun dividen saham kepada para pemilik saham (Jusriaini dan Rahardjo, 2013).

Profitabilitas dianggap sebagai salah satu ukuran kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan laba yang lebih besar tentunya menunjukkan hasil kerja manajemen yang baik. Hal ini tentunya menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang cukup baik, yang pada akhirnya akan menumbuhkan kepercayaan investor. Kepercayaan investor inilah yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional dapat diukur menggunakan rasio – rasio keuangan seperti *Return on Asset* (ROA), *Return on Investment* (ROI), dan *Return on Equity* (ROE). Rasio-rasio ini sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau return saham. ROA atau ROI digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return on Equity Ratio* (ROE), yang merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan ROA

sebagai rasio yang menjadi tolak ukur profitabilitas perusahaan.

Rumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

KAJIAN LITERATUR

Teori Sinyal

Menurut Brigham dan Houston (2011), Teori sinyal merupakan tindakan yang diambil manajemen perusahaan dalam memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana menilai prospek perusahaan. Dalam teori ini, informasi merupakan komponen yang sangat penting. Informasi tersebut memberikan keterangan, gambaran serta petunjuk bagi investor

keputusan investasi. Informasi yang diberikan tentunya harus berkualitas dan akurat serta menggambarkan kondisi perusahaan baik masa lalu, masa kini, dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, sehingga dapat berguna bagi investor.

Jika manajemen memiliki informasi positif tentang perusahaan, maka mereka tentunya termotivasi untuk menyampaikan hal ini kepada pasar. Informasi ini akan dipublikasikan sebagai bentuk pengumuman dan memberikan sinyal bagi para investor. Dengan sinyal ini, apabila diterima oleh pasar, investor yang percaya terhadap informasi positif akan memandang tinggi nilai perusahaan tersebut. Hal ini tercermin pada peningkatan harga saham dan secara otomatis meningkatkan volume perdagangan saham karena investor akan tertarik pada perusahaan tersebut. Dengan begitu, sinyal positif yang diberikan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Sinyal informasi yang diberikan manajemen perusahaan kepada pasar sebaiknya merupakan informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Informasi ini dapat berupa finansial dan non finansial. Informasi yang bersifat finansial biasanya disampaikan melalui laporan keuangan. Laporan keuangan berisi catatan informasi akuntansi keuangan perusahaan yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Apabila kinerja perusahaan tersebut baik, misalnya memiliki total aset yang besar (ukuran perusahaan), laba yang terus meningkat (profitabilitas), maka informasi tersebut akan memberikan sinyal positif bagi

investor. Investor akan memandang perusahaan tersebut menguntungkan dan memiliki prospek kinerja masa depan yang baik. Sedangkan laporan non finansial lainnya dapat tercermin dari informasi dalam laporan tahunan, misalnya mengenai kegiatan positif dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Informasi yang dipublikasikan dalam laporan ini hendaknya informasi yang relevan dapat diterima oleh pasar dan penting untuk menjadi pertimbangan bagi pengguna laporan perusahaan.

Teori Legitimasi

Teori ini adalah teori yang mendasari pengungkapan CSR. Teori legitimasi menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan perusahaan merupakan tindakan yang diinginkan, pantas dan sesuai dengan sistem norma, kepercayaan, nilai, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995 dan Kirana, 2009). Legitimasi merupakan sistem perusahaan yang mengutamakan keberpihakan kepada masyarakat. Masyarakat merupakan pihak yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Untuk itu, dalam menjalankan kegiatan operasionalnya perusahaan harus memelihara hubungan baik dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan menjalankan aktivitasnya. Sehingga, perusahaan sebaiknya memberikan sesuatu yang diinginkan masyarakat dan sesuai dengan nilai dan harapan masyarakat. Dengan begitu, legitimasi ini dapat mendukung tujuan kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan harus yakin bahwa sistem dan kinerja mereka dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya melalui Tanggung Jawab Sosial

(CSR). CSR memiliki tujuan mensejahterakan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan yang melakukan CSR diharapkan mendapatkan respon positif dari masyarakat, sehingga meningkatkan citra perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

Teori Keagenan

Teori keagenan ini yang melandasi adanya penerapan *Good Corporate Governance*. Teori ini menjelaskan adanya hubungan antara manajemen, yang disebut dengan “*agent*” dan pemilik yang disebut dengan “*principal*”. Manajemen dan pemilik seharusnya memiliki tujuan serta visi dan misi yang sama demi memaksimalkan nilai perusahaan. Namun, ketika mereka memiliki kepentingan yang berbeda, dimana mereka telah masing-masing ingin mencapai kemakmuran yang dikehendaki, maka munculah konflik yang dikenal dengan istilah “konflik keagenan”. Karena manajemen telah lebih mementingkan tujuan pribadi, maka mereka akan mengambil keputusan yang cenderung memfokuskan pada laba tinggi dalam jangka pendek, dibandingkan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dalam jangka panjang. Apabila laba meningkat, maka penilaian kinerja manajemen juga akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa manajemen tidak selalu mengambil keputusan yang terbaik bagi pemilik (*principal*)

Manajemen memiliki wewenang menjalankan kegiatan perusahaan sehingga mereka memiliki informasi yang lebih jika dibandingkan dengan pemilik. Ketidaksamaan

informasi yang dimiliki agen dan pemilik disebut dengan asimetri informasi. Dengan adanya asimetri informasi ini, maka kepercayaan pemilik terhadap manajemen menjadi menurun. Pemilik akan cenderung bersikap curiga bahwa manajemen memiliki kesempatan memanfaatkan informasi tersebut demi mencapai kepentingan pribadi.

Konflik keagenan dan asimetri informasi dapat diatasi dengan *Good Corporate Governance* (GCG). Penerapan GCG ini dapat membantu mengembalikan kembali kepercayaan pemilik terhadap manajemen, karena melalui GCG memberikan kejelasan mengenai tugas, wewenang, hak, dan kewajiban masing-masing pihak baik manajemen perusahaan maupun pemilik perusahaan. GCG juga memfasilitasi pengawasan terhadap manajemen perusahaan, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab perusahaan yang tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis saja (*shareholders*), tetapi juga kewajiban kepada pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara *legal* dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas. (Sankat, Clement K, 2002) CSR merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan kinerja jangka panjang perusahaan.

Melalui CSR, motivasi perusahaan tidak hanya fokus pada sisi finansial saja, yaitu mencari laba, melainkan juga kesejahteraan lingkungan dan sosial sekitarnya. Jika masyarakat berpikir bahwa perusahaan tidak memperhatikan aspek peningkatan kualitas hidup sekitarnya, namun malah merasakan dampak negatif perusahaan, maka perusahaan akan memiliki citra yang buruk dimata masyarakat. Hal ini akan mengakibatkan resistensi dari masyarakat yang berpengaruh terhadap kualitas hubungan perusahaan dan masyarakat.

GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* tahun 2001, Tata kelola perusahaan merupakan sistem yang mengendalikan hubungan antara pihak-pihak internal maupun eksternal mengenai kejelasan akan hak dan kewajiban dari pihak-pihak terkait. GCG merupakan sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dan digunakan organ-organ perusahaan untuk memberi nilai kepada stakeholders untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang dan pengawasan kinerja. GCG merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam lingkungan bisnis saat ini.

Menurut *Organization for Economic* ada 5 prinsip yang perlu diterapkan perusahaan dalam GCG. Pertama adalah transparansi dimana perusahaan memberikan pengungkapan informasi yang akurat sesuai dengan standar dan berkualitas tinggi. Kedua adalah akuntabilitas yang menjamin kejelasan hak dan kewajiban, fungsi, struktur dan sistem. Ketiga adalah prinsip

pertanggungjawaban, dimana perusahaan bertanggung jawab kepada pihak yang berkepentingan. Keempat adalah independensi yang mewajibkan perusahaan dikelola tanpa adanya tekanan atau intervensi dari pihak lain. Kelima adalah kesetaraan dimana perlakuan adil dalam memenuhi hak pihak yang berkepentingan.

Penilaian dalam pelaksanaan GCG dilakukan oleh *Indonesian Institute for Corporate Governance* melalui kuisisioner yang dijawab manajemen perusahaan. Peserta program haruslah perusahaan publik dan melakukan pendaftaran diri secara sukarela. Penilaian ini dilakukan melalui pemeringkatan dengan memberikan skor sesuai indikator penilaian.

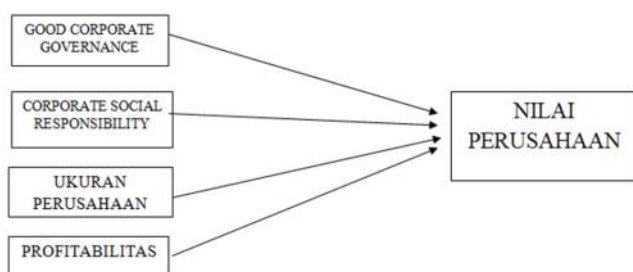
PROFITABILITAS

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu. *Profit/ Laba* adalah salah satu ukuran yang paling sering dijadikan tolak ukur dalam menilai kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki laba yang tinggi dapat disimpulkan memiliki kinerja yang baik yang berdampak meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas diukur dalam beberapa rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Salah satu rasio yang digunakan adalah *Return on Asset (ROA)*. *Return on Asset* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menghasilkan laba bersih. Rasio ini mengukur dari setiap rupiah dalam total aset, berapa besar laba yang dapat dihasilkan. Semakin tinggi rasio ROA, maka semakin besar jumlah laba bersih yang dihasilkan.

NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan dapat dilihat dari rasio *price book value* atau rasio harga terhadap nilai buku yang membandingkan nilai pasar saham perusahaan terhadap nilai bukunya. Rasio ini digunakan untuk melihat apakah harga saham perusahaan dikatakan murah atau mahal. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin mahal harga sahamnya, yang berarti semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

HIPOTESIS



Berdasarkan kerangka pikiran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis :

H1 : *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpegaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

H4 : Profitabilitas berpengeruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif kausal dimana penelitian dilakukan dengan menggunakan data numerik yang dapat diukur dan dianalisis. Penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel-variabel terkait dan

apakah ada pengaruh signifikan antar variabel. Secara objektif, penelitian dilakukan dengan data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda dengan program SPSS untuk menguji hipotesis.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan, laporan keuangan yang telah di audit, laporan keberlanjutan, dan skor CGPI. Sumber data perusahaan merupakan data sekunder yang diperoleh dari web resmi BEI, yaitu www.idx.co.id Penelitian dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada 2012-2015.

Penelitian meliputi variabel dependen dan variabel independen. Variabel depeden disebut juga variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terkena dampak akibat adanya variabel – variabel bebas. Sedangkan variabel independen atau yang biasa disebut variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab adanya perubahan atau memicu munculnya variabel dependen.

Untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun, variabel-variabel seperti ukuran perusahaan, *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas mengambil peranan penting dalam menentukan variabel nilai perusahaan. Nilai perusahaan berperan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen, yang terdiri dari ukuran perusahaan, *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas.

Ukuran perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Biasanya perusahaan dengan jumlah total aset yang besar lebih menarik minat investor.

$$SIZE = \ln (TOTAL ASET)$$

Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value*, dengan membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perusahaannya. Data *Price Book Value* dapat diperoleh dalam laporan keuangan perusahaan.

$$Price\ to\ book\ value = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{nilai buku per saham}}$$

$$Book\ Value\ Per\ Share = \frac{\text{Modal}}{\text{Jumlah saham biasa beredar}}$$

Good Corporate Governance merupakan sistem pengendalian dalam perusahaan. GCG mengendalikan kejelasan hubungan atas hak dan kewajiban pihak internal dan eksternal perusahaan. GCG diproksikan dengan skor *Corporate Governance Perception Index*. Peningkatan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) mengkategorikan perusahaan berdasarkan tingkat kepercayaan :

Tabel 1. Kategori Peningkatan CGPI

SKOR CGPI	Tingkat Kepercayaan
55-69	Cukup terpercaya
70-84	Terpercaya
85-100	Sangat Terpercaya

Corporate Social Responsibility menjadi bukti bahwa dalam menjalankan bisnisnya perusahaan tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi atau profitabilitas yang diterima perusahaan, namun juga mementingkan kesejahteraan karyawan, kelompok, dan masyarakat di sekitarnya. CSR juga menjadi bukti bahwa perus-

ahaan senantiasa menjaga lingkungan agar tidak terkena dampak negatif dari kegiatan operasinya. CSR diungkapkan dalam laporan keberlanjutan perusahaan dan diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan standar pelaporan internasional atau *sustainability reporting guidelines G-4* yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) dimana kriteria pengukuran terdiri dari 91 kriteria, dimana akan diberikan nilai satu pada setiap kriteria yang terpenuhi, dan nilai 0 pada setiap kriteria yang tidak terpenuhi.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI : Corporate Social Responsibility Index perusahaan

J : jumlah item untuk perusahaan j

X : dummy variabel: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, dengan memanfaatkan asset dan modal tertentu melalui penjualan. Dalam penelitian ini, ROA digunakan sebagai rasio untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Return on Asset (ROA) menunjukkan seberapa banyak return atau penghasilan perusahaan dengan memanfaatkan penggunaan aktiva perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Sugiyono (2005 : 90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan subjek penelitian secara keseluruhan. Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang hasilnya akan dianggap menggambarkan populasi asalnya. Dalam penelitian yang dilakukan diberikan kriteria untuk menarik sampel dari keseluruhan populasi .

Kriteria yang ditetapkan :

1. Perusahaan terbuka atau go-publik yang terdaftar di BEI pada periode 2012-2015
2. Perusahaan yang masuk dalam pemeringkatan CGPI pada periode 2012-2015
3. Perusahaan yang melaporkan laporan berkelanjutan atau *sustainability report* berdasarkan standar GRI G-4 periode 2012-2015

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, ada 15 perusahaan terpilih sebagai sampel. Dari 60 data yang telah terkumpul, ada 5 data outlier yang terdeteksi. Data outlier ini menyebabkan distribusi data menjadi tidak normal. Data outlier perlu dikeluarkan dari penelitian ini, sehingga jumlah data yang dijadikan sampel adalah 55 data. Statistik deskriptif dilakukan agar dapat mendeskripsikan atau menggambarkan variabel-variabel penelitian melalui data sampel atau populasi secara singkat dan sebagaimana adanya, tanpa dilakukannya analisis dan membuat statistik deskriptif diatas didapat nilai rata-rata

dan standar deviasi dari masing-masing variabel baik independen maupun dependen.

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
CGPI	55	66.44	93.29	84.5991	5.53089
CSRI	55	.15	.85	.4120	.18134
ASET	55	25.57	34.44	31.3688	2.22259
ROA	55	-3.98	.76	-.0268	.57588
PBV	55	-.08	4.25	1.0179	.95366
Valid N (listwise)	55				

Tabel 3. Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	223	1.789		.125	.901
	CGPI	.096	.017	.555	5.690	.000
	CSRI	.400	.506	.076	.791	.2165
	ASET	-.238	.042	-.554	-5.677	.000
	ROA	.231	.161	.140	1.439	.078

a. Dependent Variable: PBV

Dari hasil analisis regresi linear berganda di atas maka dapat dibuat persamaan
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

$$Y = 0,223 + 0,096 X_1 + 0,400 X_2 - 0,238 X_3 + 0,231X_4 + \epsilon$$

Hasil analisis regresi linear berganda tersebut menunjukkan nilai α sebesar 0,233 yang berarti apabila CGPI (X1), CSRI (X2), TOTAL ASET (X3), dan ROA (X4) bernilai 0, maka Y (nilai perusahaan) bernilai 0,233 satuan. β_1 bernilai sebesar 0,096 yang berarti apabila CGPI (X1) meningkat 1 satuan (asumsi variabel lainnya konstan), maka Y (Nilai perusahaan) akan meningkat 0,096 satuan. β_2 bernilai 0,400 berarti jika CSRI (X2) meningkat sebesar 1 satuan (asumsi variabel lainnya konstan), maka Y (Nilai

perusahaan) akan menurun 0,238 satuan. β_4 bernilai 0,231 berarti jika ROA (X4) meningkat sebesar 1 satuan (asumsi variabel lainnya konstan), maka Y (Nilai perusahaan) akan meningkat 0,231 satuan.

Tabel 4. output ANOVA uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.708	4	6.677	14.901	.000 ^b
	Residual	22.404	50	.448		
	Total	49.112	54			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), ROA, CSRI, CGPI, ASET

Hasil uji F diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 14,901 dengan signifikansi *P value* sebesar 0. Nilai signifikansi ini menunjukkan *P value* 0 yang lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti hipotesis diterima, dimana semua variabel independen, yaitu *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan, dan Profitabilitas secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen nilai perusahaan di BEI tahun 2012-2015.

Tabel 5. uji koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.507	.6693889

a. Predictors: (Constant), ROA, CSRI, CGPI, ASET

Dari hasil tabel diatas, maka didapat koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R2* 0,507. Angka ini menunjukkan bahwa variabel independen X1, X2, X3 dan X4 dapat menjelaskan 50,7% variasi dari variabel Y. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 48,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

Tabel 6. output SPSS Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.223	1.789		.125	.901
	CGPI	.096	.017	.555	5.690	.000
	CSRI	.400	.506	.076	.791	.2165
	ASET	-.238	.042	-.554	-5.677	.000
	ROA	.231	.161	.140	1.439	.078

a. Dependent Variable: PBV

Tabel output SPSS Coefficients diatas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara pasial (sendiri-sendiri) mempengaruhi variabel dependen. Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien CGPI bertanda positif 0,096 dimana selaras dengan hipotesis 1 yang telah dibuat sebelumnya. Hal ini berarti variabel GCG (X1) lulus uji teori, sehingga dapat dilanjutkan ke uji hitung. Berdasarkan hasil analisis, didapat variabel GCG memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti H1 diterima yaitu variabel GCG memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin baiknya penerapan GCG dalam perusahaan, maka akan berpengaruh kepada meningkatnya nilai perusahaan. Indikator baik buruknya penerapan GCG dapat diukur melalui skor CGPI. Perusahaan yang menerapkan GCG akan dipandang investor memiliki struktur dan sistem pengendalian yang baik sehingga akan mengarahkan perusahaan dalam mencapai tujuannya dan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rivandi Pradana dan Ida Bagus Putra Astika.

Variabel CSR (X2) memiliki koefisien regresi positif 0,4. Koefisien ini mengindikasikan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini sesuai dengan

hipotesis kedua yang dinyatakan sebelumnya. Dengan begitu, variabel CSR dinyatakan lulus uji teori, sehingga dapat dilanjutkan ke uji hitung. Berdasarkan hasil diatas, variabel CSR memiliki nilai signifikansi 0,433. Karena hipotesis satu arah, maka nilai signifikansi tersebut dibagi 2 menjadi $0,2165 > 0,05$. H2 ditolak, yang berarti variabel CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor yang memandang pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai hal yang diragukan kebenarannya. Investor masih belum percaya apakah perusahaan benar-benar melakukan CSR. Terkadang, pengungkapan CSR juga menjadi kurang relevan bagi beberapa investor dalam pengambilan keputusan. Hal ini menyebabkan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rivandi Pradana dan Ida Bagus Putra Astika.

Variabel independen ukuran perusahaan (X3) yang diukur melalui total aset memiliki koefisien -0,238. Tanda negatif ini bertentangan dengan hipotesis ketiga yang telah dinyatakan sebelumnya. Pengaruh negatif ini menandakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka menurunkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa investor memiliki pandangan yang berbeda terhadap besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pendanaan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya. Pendanaan dapat diperoleh dari dua jenis sumber, yaitu hutang dan ekuitas. Teori *pecking order hypothesis*, menyatakan bahwa perusahaan berusaha menerbitkan sekuritas berdasarkan suatu urutan atau hierarki

yang paling menguntungkan pada suatu waktu tertentu dan tidak berdasarkan pada struktur modal yang ditargetkan (Kamath, 1997). Perusahaan lebih cenderung memilih pendanaan yang berasal dan internal dari pada eksternal. Urutan pendanaan yang disarankan atau diinginkan perusahaan berasal dari laba yang ditahan, pendanaan utang, atau penerbitan ekuitas baru (Myers, 1984).

Menurut teori ini perusahaan lebih mengutamakan pendanaan dalam bentuk utang dibandingkan dengan ekuitas. Oleh karena itu, semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar juga utang yang dimiliki. Utang tersebut seharusnya memperbesar kemampuan perusahaan untuk memperoleh tambahan aset yang berpengaruh pada tingkat pengembalian yang semakin besar. Namun pada kenyataannya aset yang dijadikan jaminan utang tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan tingkat pengembalian yang mungkin diperoleh. Dengan begitu, perusahaan memiliki resiko tidak dapat membayar utangnya, atau perusahaan tersebut dikatakan *insolvent*. Hal ini mempengaruhi pandangan investor, bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak pendanaan dalam bentuk utang, semakin besar risiko *insolvent*, yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tetap memiliki pengaruh terhadap perusahaan, namun berlawanan dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Rivandi Pradana dan Ida Bagus Putra Astika yang menyatakan hubungan positif di antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Variabel profitabilitas (X4) yang diproksikan dengan ROA menunjukkan koefisien positif

0,231 yang menandakan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini sesuai dengan hipotesis keempat yang telah dinyatakan sebelumnya. Variabel profitabilitas lulus uji teori sehingga dapat dilanjutkan ke uji hitung. Berdasarkan hasil uji, ROA memiliki signifikansi sebesar 0,156. Karena hipotesis satu arah, maka nilai signifikansi tersebut dibagi 2 menjadi $0,078 > 0,05$. H4 ditolak, yang berarti variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini disebabkan karena kebanyakan data perusahaan BEI periode 2012-2015 yang menjadi sampel memiliki rasio ROA yang cenderung kecil, dibawah 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar BEI periode 2012-2015.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari keempat variabel independen yaitu GCG (X1), CSR (X2), Ukuran perusahaan (X3), dan Profitabilitas (X4), hanya variabel GCG yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan (Y) dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel dependen (Y).

1. Nilai perusahaan meningkat seiring penerapan GCG yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang menerapkan GCG, dipandang investor memiliki sistem pengendalian internal yang kuat. GCG memfasilitasi perusahaan atas prosedur, wewenang, dan struktur. Hal ini mendukung perusahaan

dalam mencapai tujuannya yang akan berdampak pada nilai perusahaan.

2. CSR tidak memiliki pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena investor masih meragukan kebenaran komitmen atas tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Selain itu, masih adanya beberapa investor yang menganggap CSR sebagai suatu hal yang kurang relevan dalam pengambilan keputusan.
3. Profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015 cenderung memiliki ROA yang kecil.
4. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin besarnya suatu perusahaan, maka semakin menurun nilainya. Penurunan nilai tersebut terjadi karena adanya anggapan investor bahwa semakin besar perusahaan, semakin banyak juga pendanaan untuk membiayai kegiatan operasional dalam bentuk utang yang dilakukan. Hal itu menyebabkan risiko *insolvent* semakin besar sehingga akan menurunkan nilai perusahaan di mata investor.

SARAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka perusahaan disarankan menerapkan GCG untuk meningkatkan nilainya di mata para investor. GCG merupakan sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dan digunakan organ-organ perusahaan untuk memberi nilai kepada *stakeholders* -

stakeholders untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang dan pengawasan kinerja sehingga dapat menurunkan *agency cost* dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Kepercayaan ini membuat perusahaan menarik sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Saran lain dari penelitian ini yaitu dalam mengukur variabel independen, peneliti selanjutnya dapat menggunakan indikator lain, misalnya dalam mengukur profitabilitas, selain *return on asset*, alternatif lainnya adalah rasio *return on equity* atau *return on investment*. Selain itu, penelitian selanjutnya dianjurkan untuk menambah sampel penelitian misalnya memilih periode yang lebih panjang, karena dalam periode 2012-2015 banyak kejadian yang menyebabkan data profitabilitas perusahaan menjadi kurang baik.

REFERENSI

- Putu Putri Sawitri, & Ramantha, I. W. R. (2018). *Pengaruh Penerapan Prinsip-prinsip Good Corporate Governance pada Kinerja Bank Perkreditan Rakyat di Kota Denpasar*. 23.2, 1093–1118.
- Sujoko. (1997). *Analisis Keputusan Pendanaan Perusahaan: Pengujian Empirik Pecking Order Theory dan Balance Theory*. (1991), 77–92.
- Nurdin. (n.d.). *Analisis pengaruh tata kelola perusahaan yang baik terhadap keunggulan bersaing pada bank perkreditan rakyat*. 122–135.
- Ernawan, E. R. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*.
- Rahmawati, A. D., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan*. 23(2).
- Ade Winda Septia. (2015). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Ikhsan, H. N. (2019). *Pengaruh Profitabilitas Likuiditas, Leverage Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Tahun 2014-2017*.
- Darmawan. (2017). 5 Hal Penting Mengenai ROE, ROA dan ROI. Retrieved from <http://darmawaninvest.blogspot.com/2017/08/5-hal-penting-mengenai-roe-roa-dan-roi.html>
<http://e-journal.uajy.ac.id/2641/3/2EM16745.pdf>
<http://eprints.ums.ac.id/74232/2/BAB%20I.pdf>
<http://digilib.unila.ac.id/125/4/BAB%20II.pdf>
<http://e-journal.uajy.ac.id/8259/3/EM218396.pdf>
<https://www.idx.co.id/>
<http://www.fcgi.or.id>