

PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(STUDI KASUS PADA BUMN 2018-2022)

SKRIPSI



PUTRI A ELIA SUDIR AN
105731120720

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
2024

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(STUDI KASUS PADA BUMN 2018-2022)

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:



Untuk memenuhi Persyaratan Guna memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAK
ULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

QTTQ

Hidup ibarat bersepeda teruslah bergerak agar kamu tetap seimbang

PERSEMBAHA

Puji syukur kepada Allah SWT atas R1dho-Nya sena karunianya sehinqqa skripsi Ini telah terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah Rabbil'aiamin Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang fuaku , Saudaraku serta seluruh keluarga lercinta , dan sernua ternan-teman yang fidak bisa says tullskan satu per satu.



Alharndulillah terima kash yang seunus-tofusnya kepada seluruh insan Unlversltas Muhammadiyah Makassar yang telah membersarnal perjalanan pendidikan penellti dijenjang Perguruan Tinggi semoqa seqala ilmu dan penqalaman yang telah diberikan menJadi berkesan



PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0~11) 866972 Makassar



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Nama Mahasiswa : Putri Amelia Sudirman

No. Stambuk/ NIM : 105731120720

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diperiksa, dan diujikan didepan panitia Penguji Seminar Hasil strata (s1) pada tanggal 25 Mei 2024 di Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Amril Arifin, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN: 0020087606

Pembimbing II

Muhammad Aedar Sahib, SE., M.Ak
NIDN: 0917069301

Mengetahui:

Ketua Program Studi Akuntansi

Dr. H. Andi Ham'an. S.E., M.Si
NBM: 651507

Mira, S.E., M.Ak., Ak
NBM: 128 6844



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Satten Alattidd,, No. 295 gedu11g iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Mskassar



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Putfi Amelia Sudirman : 105731120720 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0008/SK-Y/62201/091004/2024 M, Tanggal 16 Zulkaidah 1445 H /25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna gelar Sarjana Akuntansi pada Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 zulkaidah 1445 H
2 MEI 2024 M

PANITIA UJIAN

- | | | |
|----|---------------|---|
| 14 | Pengawas umum | : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Iinistrnuh Makassar) |
| 2. | Ketua | : Or. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomni dan Bisnis) |
| 3. | Sekretaris | : Agusdiwana Suami, S.E., M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan B.i'snis) |
| 4. | Penguji | : 1. Dr..Ansyarif Khallq, SE.,M.Si.,Ak .CA
2. Dr. Linda Arisanti Razak. SE .M,Si.,Ak.,CA
3. Muttiarni, SE.,M.Si
4. Wahyuni, SE..M.Ak |

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
unlversltas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM : 651 507





PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sullsn Alsuddin No. 295 gedung iqre Lt. 7 Tel. (0411) 866972 M'aksssr



SURAT eERNYATAAN KEABAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Amelia Sudinnan
Starnbuk : 105731120720
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengungkapan Co,porate *Social Responsibility*,, *Good Corporate Governance* dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar.U:Mei 2024



embuat pernyataan

Putri Amelia Sudinnan
NIM:105731120720

Diketahui oleh:

De

Dr. H. A. di Jam'an S.E. M.Si.
NBM: 1 501

Ketua Pmgr m Studi,

Mira, S.E.. .Ak., Ak
NBM: 128 6844

HALAMANPERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademis Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Amella Sudirman
NIM : 105731120720
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan Ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah yang berjudul:

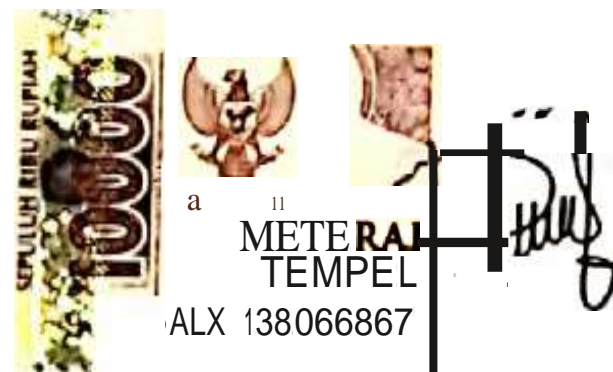
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyebarkan, mengalih format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Putri Amelia Sudinnan
NIM: 105731120720

ABSTRAK

PUTRI AMELIA SUDIRMA : 2024.. *Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan* Skripsi .. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Amrifi Arifin dan Muhammad Khaedar Sahib

Penelitian ini bertujuan untuk melihat keterkaitan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sampel pada penelitian ini diambil Di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejumlah 10 perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022. Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan data sekunder. Hasil penelitian dan data yang diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS 26; Berdasarkan hasil output SPSS 26 secara parsial hasil penelitian variabel *Corporate Social Responsibility*

Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan yang menandakan H1 Diterima, Variabel *Good Corporate Governance* Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan yang menandakan H2 Diterima, variabel Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan yang menandakan H3 Diterima. Pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* ; *Good Corporate Governance*; Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

ABSTRACT

PUTRI AMELIA SUDIRMAN 2024. **Disclosure of Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance and Company Size on Company Value Thesis. Department of Accounting Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Ilakassar. Supervised by: Amril Arifin and Muhammad Khaedar Sahib**

This research aims to see the relationship between Disclosure of Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance and Company Size on Company Value. This research uses quantitative methods, the sample in this research was taken on the Indonesian Stock Exchange (BEI) a total of 10 state-owned companies in Indonesia in 2018-2022. This research data was obtained using secondary data. The results of the research are from data processed using SPSS 26 statistical calculations. Based on the results at the SPSS 26 output partially, the research results of the Corporate Social Responsibility variable have a significant positive influence on company value, which indicates that H1 is accepted, the good corporate governance variable has a significant positive influence on company value, which indicates that H2 is accepted, the variable company size has a significant positive influence on company value, which

indicates that H3 is accepted. In state-owned companies in Indonesia in 2018-2022 which are listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI).

Keywords: Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Company Size, and Company Value

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "**Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance* dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan**", Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta penulis Bapak Sudirman Amin, Ibu Hj. Ello Santiago, yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah dibertkkan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. **Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.** Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag| Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Ira, SE., M.Ak.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Masrullah SE|M.Ak selaku Sekertaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomni dan Bisnis Unlversitas Muhammadiyah Makassar,
5. Bapak Dr. Amril Arifinl SE|M.Si.,Ak,CA selaku Pembirnbinq I yang senantiasa meluangken Waktunya nembimbinq dan nengarahkan penuts, sehingga Skripsi selesai dengan bai .
6. Bapak Muhammad Khaedar Sahlb, SE.,M.Ak selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi i.
7. Bapak/bu dan Aslsten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unlversitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak nenuangkan ilrnunya kepada penuls selama mengikuti kullah.
8. Seqensp Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bis.nis Unlversitas Muhammadiyah Makassar.
9. Rekan-rekan ahaslswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Angkatan 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedlklit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Seluruh responden peneltnan yang telah meluangkan Waktunya secara su arela untuk membantu dalam penyusunan tugas akhir Ini.

11. Terima kasih te untuk sernua kerabat yang tidak blsa saya tulis satu persatu yang telah memberikan sernanqat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehinqqa penulis dapat rnerampunqkan penulsan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulls sanqat menyadari bahwa Skripsi ini masih sanqat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua plhsk utamanya para pembaca yang budlman, penulis senantlasa menqharapkan saran dan kritiknya dern' kesernpurnaan Skllipsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi sernua plhak utamanya kepada Almarnater terdnta Kampus Bir-u Universitas Muhammadiyah Makassar.

BHlahi fii Sabilil Haq, Fastablqul Khairat Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar. 2024



Putri Amelia Sudirman

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSE BAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
0. Rumusan Masalah	6
Tuiuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelltian	7
BAB II TINJAUAN PUSTA KA	8
A. Tinlauan Teon	8
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Konseptual	33
D. Hipo ^t es1s	33
BAB III ETODE pENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
Jenis dan Sumber Data	44
D. Populasi dan Sampel	45
E. Metode analisis data G.	Teknik
F. Definisi operasional	pengumpulan
	data

H. Uji Hipotesis	47
	51

DAFTAR ISI



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PERSEMBAHAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)	
C. Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	7



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konseptual	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BUM N	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Kriteria sampel penelitian	46
Tabel 3.2 Daftar Sampel Penelitian	46
Tabel 4.1 Daftar Sampel Penelitian	57
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data	60
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.7 Hasil Analisis Uji t	64
Tabel 4.8 Hasil Analisis Uji R ²	66



BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era yang semakin pesat ini, kondisi perkembangan di dunia usaha pun semakin maju. Bahkan, pembangunan ekonomi adalah suatu proses peningkatan pendapatan total dan pendapatan perkapita dengan memperhitungkan adanya pertumbuhan penduduk dan disertai dengan perubahan fundamental dalam struktur ekonomi suatu negara. Pembangunan ekonomi tidak bisa lepas dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) masyarakat disekitarnya.

Dikutip dari bumn.go.id dalam slaran pers N0.PR-41/S.MBU-33/6/2020 tentang efisiensi BUMN dimana Erick Thohir selaku menteri BUMN terus melakukan efisiensi di tubuh BUMN, salah satunya yaitu dengan melakukan penyederhanaan jumlah BUMN. Tercatat jika sebelumnya jumlah BUMN mencapai 142 perusahaan, kini menjadi 107 perusahaan. Kebijakan pengurangan jumlah BUMN ini dilakukan karena banyaknya perusahaan BUMN yang tidak efisien dalam melaksanakan aktivitas usahanya, sehingga dengan banyaknya perusahaan BUMN yang disatukan diharapkan mampu meningkatkan kemandirian perusahaan dan meningkatkan efisiensi sehingga mampu mendapatkan profitabilitas yang maksimal. Karena pentingnya efisiensi bagi perusahaan maka menteri BUMN berkomitmen untuk terus mengurangi jumlah perusahaan BUMN hingga mencapai angka 80 perusahaan, dan beliau juga berkomitmen untuk terus meningkatkan efisiensi dan restrukturisasi perusahaan BUMN.

Suatu perusahaan dapat dikatakan efisien ketika menggunakan Input yang lebih sedikit untuk menghasilkan output yang lebih besar. Efisiensi juga **mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menyelesaikan suatu hasil.** Efisiensi perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya dapat dilihat melalui rasio perputaran total **aset atau total *asset turnover* (TATO) yang merupakan indikator terhadap** efisiensi perusahaan. Namun total *asset turnover* bukanlah satu-satunya rasio yang dipakai sebagai pengukuran efisiensi perusahaan, melainkan masih **banyak faktor fundamental lain yang bisa dipakai sebagai bahan pertimbangan** pengukuran efisiensi perusahaan. Alasan penulis menggunakan total *asset turnover* sebagai indikator pengukuran efisiensi perusahaan karena rasio ini menggambarkan seberapa efisien perusahaan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan pendapatan atau penjualan. Semakin besar nilai total *asset turnover* maka semakin efisien pula kinerja perusahaan dalam memanfaatkan aset yang tersedia.

Menurut (Nurfauziah and Utami 2021) bahkan menegaskan tujuan **utama CSR adalah menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan dan** memenuhi tanggung jawab terhadap mereka. Termasuk di dalamnya melakukan upaya untuk mengurangi atau menqolah konflik antar kepentingan para stakeholder dan juga berfokus pada kepentingan pihak ketiga mana pun yang memiliki tingkat ketergantungan pada perusahaan. Berdasarkan definisi yang dinyatakan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) GCG adalah sebuah rangkaian proses dan mekanisme yang diterapkan dalam berjalannya suatu perusahaan, dengan tujuan utama untuk meningkatkan nilai perneqang saham dalam jangka

panjang tanpa mengabaikan kepentingan pemangku kepentingan yang lain. Bagian yang perlu di garis bawahi adalah tujuan utama GCG yang utama untuk meningkatkan nilai pernegosiasi saham dalam jangka panjang tanpa mengabaikan kepentingan pemangku kepentingan yang lain (Putra and Putri 2022).. Dilihat dari tujuannya CSR dan GCG memiliki tujuan untuk memberikan dampak yang baik dalam skala sosial, lingkungan dan ekonomi, implementasi GCG di Indonesia sampai saat ini masih belum memenuhi harapan semua pihak. Namun pada nyatanya, masih banyak perusahaan yang melanggar prinsip-prinsip *good corporate governance* (Laurent, 2019).. Salah satu buktinya adalah masih terjadinya KKN (Korupsi, Kolusi, Nepotisme) di Indonesia yang menjadi kenyataan bahwa prinsip *good corporate governance* belum berjalan dengan baik bahkan pada perusahaan BUMN sekalipun. Padahal seharusnya BUMN menjadi salah satu tonggak perekonomian di Indonesia dan entitas utama dalam memajukan Indonesia khususnya di bidang ekonomi. Diribaca, BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.

Reydonnyzar Moenek (2019) menaati *Good Corporate Governance* adalah: 1) Tereiptanya suatu system kelembagaan penyelenggaraan pemerintah yang bersih, efisien, efektif, transparan dan akuntabel. 2) Untuk mengetahui bahwa tercapainya peraturan perundang-undangan dan Tindakan yang diskriminatif terhadap warga negara, kelompok atau masyarakat: 3) Untuk mengetahui bahwa meningkatnya partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan publik yang dapat ditunjukkan

denqan berjalannya mskanisrne dialog dan musyawarah dengan masyarakat dalam perurnusan proqram dan kebij;akan publik; dan 4) Untuk mengetahui bahwa teriaminnya konsistsnsi dan kepasfian hukum seluruh perateran peru ndang-undangan.

Menurut (Hidayat and Farida 2021) Ukuran perusahaan dianggap mampu memperqaruhl nilai perusahaan. Karna ukuran perusahaan memiliki peran sebaqal salah safu faktor yang dapat rnenllai suatu perusshaan . Semakln besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakln rndah pula perusahaan rnernperoleh surnber pendanaan balk yang bersifat internal rnaupun eksternal. ukuran perusahaan yang besar menunlukkan pensahaan menqalami perkernbenqan sehlnqqa investor akan rnerespon posiff dan nilai perusahaan akan meningqkat. Ketika investor melihat adanya perkernbenqan yang balk yang datang dari perusahaan tersebut maka investor menqanqqap balhwa perusahaan tersebut nilai yang bagus. Respon positif dari investor tersebut membuat perusahaan akan lebih mudah dalam mernakslrnakan nllai perusahaan.

Penelitian emprlis awal dilakukan oleh Nyoman (2022), menunlukkan penqunqkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan belum dapat mengqambarkan penqaruh yang slqnitlkan terhadap peningkatan nilai psrusahaan. Menunjukkan GCG yang diproksikan dengan kepernilikan Instituslonal dan propers: komisarls independent sudah dapat mernberlkan penqaruh signifikan terhadap peningkatan nilai psrusahaan. Penelitian tiara rani santoso (2022), menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan penqunqkapan CSR dan rasio kontribusl CSR sebelum dan selama pandemic covid_19. Penelitian fsrah La.tifah nurfauzlah (2021)i menunjukkan bahwa

penyungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan *sector industry Subsector tekstil dan garmen*. Penelitian baru umarella (2022), menunjukkan bahwa tata Kelola perusahaan yang baik (GCG) yang dilaksanakan melalui kegiatan CSR bank BTN cabang arnon berjalan dengan baik dan berdampak baik pula terhadap masyarakat dan kinerja perusahaan.

BUMN merupakan salah satu badan usaha yang sebagai modalnya dimiliki pemerintah dan menjadi penggerak pembangunan nasional melalui kegiatan usahanya. Bidang usaha BUMN di Indonesia cukup banyak dan hampir merata di semua sektor BUMN penyedia listrik ke seluruh pelosok Indonesia. Program 35.000 MW yang dicanangkan pemerintah meniadkan kinerja keuangan perusahaan cukup terganggu karena harus menambh biaya operasional yang sangat besar.

Kondisi keuangan PT.PLN (Persero) dengan rasio DER diatas nilai sehat pada tahun 2014 ke 2015 menjadikan perusahaan sulit untuk mencari pendanaan dari eksternal. Kebijakan akuntansi ISAK 8 dianggap sebagai penghambat PT.PLN (Persero) dalam mencepat rasio DER yang sehat, Harus diakuinya utang sewa pembiayaan membuat utang perusahaan menjadi besar. Tidak dilaksanakannya ISAK 8 meniadkan opini WOP pada LKPP 2015. Adanya kepentingan antara agen (manajemen) dan principal (pemerintah) sesuai dengan teori agency menjadikan politisasi dalam kebijakan ISAK 8. Peraturan regulator mampu menkanutr kebijakan akuntansi yang harusnya dipatuhi di dalam PSAK/PABU yang memiliki prinsip substansi mengungguli bentuk.

Perusahaan dengan kepemilikan pemerintah yang dominan menjadikan pemerintah mampu melakukan intervensi atas kinerja pada perusahaan yang dimiliki (BUMN). Manajer BUMN dalam hal ini juga sebagai agen yang memiliki kepentingan dalam mengatur angka akuntansi demi memenuhi tujuan perusahaan dan kepentingan principal (Keuangan et al. 2018).

Oleh karena adanya pertentangan dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya maka itulah menjadi dasar saya mengambil judul ini "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*; *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan,
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk mengetahui pengungkapan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Bagi Lembaga-lembaga pemuat peraturan standar, misalnya Bapepam, IAt dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi dan lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar CSR dan GCG.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan keuangan,
- b. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran monster .
- c. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara positif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*Agency Theory*) merupakan dasar yang digunakan untuk menistaskan tentang *Good Corporate Governance*. Teori ini pertama kali diungkapkan oleh Jansen dan Meckling pada tahun 1976. Teori keagenan mengasumsikan semua individu bertindak untuk kepentingan mereka sendiri. Selain itu, teori agensi juga mengasumsikan mengenai hubungan keagenan, dimana hubungan keagenan ini timbul karena adanya kontrak antara principal dan agen yang merupakan pengelola perusahaan,

Jansen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan dimana pihak principal mempekerjakan agent dalam rangka pengelolaan perusahaan. Kesepakatan antara principal dan agen menjadi dasar dalam melakukan kerjasamanya. Principal memberikan kewenangan kepada agen untuk pengambilan keputusan dan wajib memberikan laporan kepada principal sebagai bentuk pertanggungjawaban (Ramadhani 2021).

Corporate Social Responsibility (CSR) dan teori agensi (*agency theory*) merupakan dua konsep yang saling terkait dalam konteks tata kelola perusahaan. Teori agensi membahas hubungan antara pemegang saham sebagai principal dan manajemen sebagai agen yang bertindak atas nama mereka. CSR dapat dipandang sebagai mekanisme untuk mengurangi konflik keagenan dengan memperkuat kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan eksternalnya, seperti

masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Dengan menerapkan praktik CSR, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kinerja jangka panjang.

Good corporate Governance (GCG) adalah kerangka kerja yang dirancang untuk mengelola dan mengendalikan perusahaan dengan cara yang transparan, akuntabel, dan beretika, sehingga memastikan bahwa kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya dilindungi. Teori agensi juga berbicara tentang hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen yang bertindak atas nama mereka. Dalam konteks ini, GCG dapat dilihat sebagai alat untuk mengurangi konflik keagenan antara prinsipal dan agen dengan menetapkan prinsip-prinsip yang jelas mengenai tata kelola perusahaan, termasuk transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan kewajiban fidusia. Implementasi yang baik dan prinsip-prinsip GCG dapat membantu memastikan bahwa keputusan manajemen selaras dengan kepentingan pemegang saham, mengurangi kesenjangan informasi antara pihak-pihak yang terlibat, dan meningkatkan kepercayaan antara perusahaan dan pemegang sahamnya. Dengan demikian, GCG dan teori agensi saling terkait karena keduanya berupaya untuk mengelola hubungan antara prinsipal dan agen dengan cara yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Ukuran perusahaan sering kali diaitkan dengan teori agensi karena ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kompleksitas struktur

keagenan, Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki struktur keagenan yang lebih kompleks karena adanya pembagian tugas dan tanggung jawab antara manajemen dan pemegang saham yang lebih banyak. Dalam konteks ini, teori agensi memprediksi bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula potensi konflik keagenan antara pemegang saham dan manajemen, karena semakin sulit bagi pemegang saham untuk mengawasi dan mengontrol tindakan manajemen. Sebagai respons terhadap kompleksitas ini, pemegang saham mungkin perlu menggunakan mekanisme kontrol seperti komite direksi independen, peningkatan informasi yang lebih besar, atau insentif kinerja yang lebih terkait dengan nilai pemegang saham.

Dengan demikian, hubungan antara ukuran perusahaan dan teori agensi menyoroti pentingnya memahami dinamika keagenan dalam berbagai konteks organisasi, termasuk bagaimana ukuran perusahaan dapat mempengaruhi distribusi kekuasaan, pengawasan, dan pengendalian antara pemegang saham dan manajemen.

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi adalah perusahaan berupaya membenarkan dan menyesuaikan nilai-nilai sosial dengan aktivitas agar diakui dan diterima oleh masyarakat. Aktivitas perusahaan dilakukan dengan menyesuaikan dengan nilai dan norma tempat perusahaan didirikan. Menurut O'Donovan (2002) legitimasi dianggap sebagai suatu cara untuk mempertahankan *going concern* perusahaan dan mendapatkan perhatian yang baik dari masyarakat.

Corporate social Responsibility (CSR) dan teori legitimasi (*legitimacy theory*) memiliki hubungan yang erat karena keduanya berkaitan dengan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemangku kepentingan eksternalnya untuk mempertahankan legitimasi sosial dan publik. Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan cenderung berupaya untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka dengan mempromosikan harapan dan nilai-nilai masyarakat yang relevan. Dalam konteks CSR, perusahaan menggunakan berbagai inisiatif dan kegiatan sosial, lingkungan dan ekonomi untuk menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan cara ini, perusahaan berusaha memperoleh atau mempertahankan legitimasi mereka sebagai anggota yang berkontribusi positif dalam masyarakat.

Selain itu, teori legitimasi juga menekankan pentingnya penungkapan informasi kepada masyarakat untuk memastikan bahwa perusahaan dapat sah atau berada dalam batas-batas yang dapat diterima oleh masyarakat. Dalam konteks CSR, penungkapan informasi mengenai kegiatan CSR dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan legitimasi perusahaan di mata masyarakat.

Good Corporate Governance (GCG) dan teori legitimasi memiliki hubungan yang erat karena keduanya berfokus pada bagaimana perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan legitimasi mereka di mata pemangku kepentingan eksternal. GCG mencakup praktik-praktik yang dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan, akuntabel, dan beretika, sehingga memperkuat kepercayaan dan keyakinan pemangku kepentingan. Dalam konteks teori

legitimasi, perusahaan diharapkan untuk beroperasi sesuai dengan harapan dan norma-norma yang diterima oleh masyarakat. Praktik-praktik GCG, seperti pembentukan dewan direksi Independen, pengungkapan Informasi yang tepat waktu dan akurat, serta keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan, membantu perusahaan memperoleh legitimasi dengan menunjukkan bahwa mereka beroperasi dengan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Selain itu, GCG juga berkontribusi pada pemertahanan kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan eksternalnya, seperti investor, pelanggan, dan masyarakat umum. Kepercayaan ini merupakan elemen kunci dalam mendukung legitimasi perusahaan, karena masyarakat cenderung lebih menerima dan mendukung perusahaan yang dianggap memiliki praktik-praktik GCG yang kuat.

Hubungan antara ukuran perusahaan dan teori legitimasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Tingkat Pengawasan: Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk menanggapi dan mematuhi harapan dan norma-norma masyarakat. Mereka cenderung memiliki departemen khusus atau lebih banyak staf yang bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap standar etika dan tanggung jawab sosial.
- b. Pengaruh Stakeholder: Perusahaan besar memiliki jangkauan operasional yang lebih luas dan keterlibatan dengan lebih banyak pemangku kepentingan, seperti pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan investor. Oleh karena itu, mereka cenderung lebih

diharapkan untuk menurunkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan memenuhi berbagai harapan dari berbagai pemangku kepentingan ini.

- c. **Transparansi dan Pengungkapan:** Perusahaan besar seringkali memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih lengkap dan terperinci tentang kegiatan mereka. Hal ini dapat termasuk pengungkapan tentang praktik-praktik CSR, dampak lingkungan dan tindakan sosial lainnya. Pengungkapan ini dapat membantu memperkuat legitimasi perusahaan di mata masyarakat dengan menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- d. **Respon terhadap Kritik dan Keprihatinan Masyarakat:** Perusahaan besar mungkin lebih rentan terhadap kritik dan kontroversi karena profil publik yang lebih tinggi dan dampak operasional yang lebih besar. Oleh karena itu, mereka harus secara aktif menanggapi masalah dan keprihatinan masyarakat untuk mempertahankan atau memulihkan legitimasi mereka.

3. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Freeman (2004) mengemukakan bahwa pemangku kepentingan adalah kelompok atau individu yang berdampak atau terpengaruh oleh pencapaian tujuan perusahaan, Stakeholder atau pihak-pihak terkait adalah pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap keberadaan atau operasional perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung, sepanjang mereka dapat mempengaruhi atau terkena dampak dari kegiatan perusahaan. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan

sanqat dipenqaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut, Kelanqsungan hidup perusahaan ter-gantung pada dukungan stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehinqqa aktivitas perusahaan adalan untuk meneari dukungan tersebut (Hadyarti and Mahsin] 2019).

Corporate Social Respon,sibility (CSR) dan teori pemanqku kepentingan (*stakeholder theory*) saling terkait karena keduanya rnenekankan pentingnya hubungan antara perusahaan dan berbaqai pemanqku kepentingan eksternalnya. Teori pemangku kepentingan rnenyorof bahwa perusahaan harus memperhatikan kepenfingan tidak hanya pemeqanq sahsrn, tetapi juga berbaqai plhak lain yang terpenqaruh oleh atau rnenpenqaruhi aktivitas perusahaan, seperf karyawan, pelanqqsn, pemasok, kornunitas lokal, dan lingkungan. Dalam konteks ini, CSR menjadi alat yang penting bagi perusahaan untuk berInteraksi dengan pemanqku kepentingan tersebut dengan cara yang bertanggung Jawab dan berkelanjutan.

Praktik CSRi seperf eglatan amal, keberlanjutan lingkungan, perlindungan hak asasi manusia, dan kerjasarna dengan komunitas lokal, membantu perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan berbagai pemanqku kepentingan. Dengan rnenperhstikan kepenfingan mereka, perusahaan dapat mernoanqun hubungan yang lebln baik, memperoleh dukungan, dan rnenpertahankan legitimasi mereka di mata masyarskat. Sebalinya teori pemangku kepentingan juga rneneqaskan bahwa perusahaan yang berhasil mernperhafikan kepentingan berbaqai pemanqku kepentingan akan mendapatkan mantast jangka panjang,

seperti kepercayaan yang lebih besar dari berbagai pemangku kepentingan, peningkatan reputasi, akses ke sumber daya, dan kemungkinan penumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

Good Corporate Governance (GCG) dan teori pemangku kepentingan (stakeholder theory) memiliki hubungan yang erat karena keduanya bertujuan untuk mempromosikan hubungan yang sehat antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya. GCG menekankan pentingnya tata kelola perusahaan yang baik melalui implementasi prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, kewajaran, dan keadilan. Prinsip-prinsip ini tidak hanya menarah pada perlindungan kepentingan pemegang saham, tetapi juga memperhatikan kepentingan dan hak-hak pemangku kepentingan lainnya, sesuai dengan teori pemangku kepentingan. Misalnya, pembentukan dewan direksi independen, pengungkapan informasi yang tepat waktu dan akurat, serta partisipasi pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan adalah contoh praktik GCG yang juga memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan.

Di sisi lain, teori pemangku kepentingan menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan dan berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan lingkungan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip GCG, perusahaan dapat memastikan bahwa kepentingan berbagai pemangku kepentingan dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan dan operasi perusahaan, sehingga memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan. GCG dan teori pemangku kepentingan

berfungsi secara bersama-sama untuk mempromosikan praktik tata kelola yang bertanggung jawab, memperhatikan kepentingan dan hak-hak berbagai pemangku kepentingan, serta memastikan keseimbangan yang baik antara pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan dan kepentingan masyarakat secara umum.

Ukuran perusahaan dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya, sesuai dengan prinsip-prinsip teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*).

- a. Jangkauan Pemangku Kepentingan: Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki jangkauan operasional yang lebih luas dan keterlibatan dengan lebih banyak pemangku kepentingan. Hal ini dapat mencakup karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan berbagai organisasi non-pemerintah. Karena itu, perusahaan besar mungkin dihadapkan pada sejumlah pemangku kepentingan yang lebih besar dan beragam, dan perlu memperhatikan berbagai kepentingan ini dalam pengambilan keputusan,
- b. Sumber Daya untuk Berinteraksi: Perusahaan besar mungkin memiliki lebih banyak sumber daya, seperti personel, anggaran, dan infrastruktur, yang dapat digunakan untuk berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan. Mereka dapat mendirikan departemen khusus atau inisiatif CSR untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, menangani masalah-masalah yang muncul, dan memenuhi harapan mereka,

- c. Pengaruh terhadap Lingkungan: Perusahaan besar sering memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan fisik, sosial, dan ekonomi di mana mereka beroperasi. Oleh karena itu, mereka seringkali dianggap bertanggung jawab atas konsekuensi dari operasi mereka terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan.
- d. Keterbukaan dan Transparansi: Perusahaan besar mungkin diharapkan untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih lengkap dan terperinci tentang kegiatan mereka kepada pemangku kepentingan. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, serta memperoleh dukungan untuk inisiatif atau proyek tertentu.

4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu bentuk pejuduan dari komitmen yang dimiliki oleh perusahaan dalam rangka mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa keberadaan perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan masyarakat. Setiap perusahaan memiliki pandangan dan sikap atau respon yang berbeda terhadap penerapan dan pengungkapan CSR (Negara 2019).

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah suatu mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan kepedulian lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan para pemangku kepentingan,

melampaui tanggung jawab perusahaannya. Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Hal ini konsisten dengan paradigma kepentingan pribadi yang jelas bahwa stabilitas dan kesejahteraan ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika dunia usaha memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat

Menurut (Negara 2019) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk perwujudan dari komitmen yang dimiliki oleh perusahaan dalam rangka mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa keberadaan perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Setiap perusahaan memiliki pandangan dan sikap atau respon yang berbeda terhadap penerapan dan pengungkapan CSR.

Pelaksanaan CSR telah diatur dalam UU Nomor, 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal dan UU Nomor. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Dengan adanya UU tersebut seharusnya dapat meningkatkan jumlah perusahaan yang menerapkan CSR namun kenyataannya malah sebaliknya, Perusahaan yang menerapkan CSR masih sangat rendah, Rendahnya tingkat pelaksanaan dan pengungkapan CSR ini akan menjadi penghalang perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor, karena ketika investor akan berinvestasi di sebuah perusahaan CSR menjadi salah satu faktor yang diperhatikan investor (Pasaribu and Harlan 2022).

b. Manfaat *Corporate social Responsibility* (CSR)

Merdepat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab social (CSR) baik dari perusahaan itu sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pihak te'kait lainnya (Siti Ardani and Mahyuni 2020). manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR yaitu:

- 1) Bagi perusahaan. Ada empat keuntungan perusahaan diperoleh melalui implementasi CSR. Pertama, ekspansi perusahaan bisa berkembang dan keberlanjutan serta perolehan citra perusahaan positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia kualitas. Keempat dunia usaha biasa meningkatkan pengambilan keputusan terhadap permasalahan penting (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
- 2) Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik memungkinkan hal ini meningkatkan nilai tambah perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap kerja, meningkatkan kualitas social di wilayah tersebut. Tenaga kerja lokal yang terserap akan menerima perlindungan hak-hak mereka sebagai pekerja. Jika ada komunitas adat atau lokal, praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.
- 3) Bagi lingkungan praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan

dengan menekan tingkat polusi dan perusenaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

- 4) Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau praktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelap an) oleh perusahaan.

c. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang memiliki rekan keselahteraan stakeholders dapat mengalami pertumbuhan nilai perusahaan dan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang cukup Panjang (Akuntansi et al, 2020). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi bisnis kepada masyarakat. Konsep CSR menyiratkan tanggung jawab kemitraan bersama antara dunia usaha, pemerintah dan lembaga sumber daya masyarakat dan juga masyarakat setempat.

Menurut (Hadyarti and Mahsin, 2019) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*. Dengan adanya hal ini maka akan dapat diketahui apa saja aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, Hal ini sangat penting

meningkatkan dampak-dampak yang mungkin timbul akibat aktifitas perusahaan.

Kewajiban CSR perusahaan diatur dalam UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UU No.40 sejak 2007 berkaitan dengan perseroan terbatas. Peraturan ini dimaksudkan untuk mendukung Membangun hubungan korporasi yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan nilai, norma dan budaya masyarakat setempat, Program CSR juga bertujuan untuk mencapai pembangunan ekonomi berketahanan yang meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan. Perusahaan akan mengungkapkan informasi jika hal tersebut meningkatkan nilai perusahaan,

5. *Good Corporate Governance* (GCG)

a. Pengertian *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan seperangkat aturan terkait dengan hubungan antara pemangku kepentingan seperti manajemen, pemegang saham, kreditur, pegawai, pemerintah, dan pemangku kepentingan baik eksternal maupun internal yang memiliki keterkaitan dengan segala hak kewajibannya. Menurut (Franita, 2018) *Good Corporate Governance* merupakan suatu system yang mengontrol dan mengawasi proses pengelolaan usaha yang berjalan secara berkesinambungan untuk menalkkan nilai saham, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja dan sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada shareholders tanpa mengabaikan

kepentingan stakeholders yaitu karyawan, kreditor, dan masyarakat.

Menurut FCGI (2001) pengertian *Good Corporate Governance* adalah seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, direksi perusahaan, kreditor, pemerintah, karyawan dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya mengenai hak dan kewajibannya, dengan kata lain yang lain adalah sistem pengaturan dan pengendalian perusahaan (Hadyarti and Mahsin, 2019).

Menurut Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-01/MBU/2011, *Good Corporate Governance* adalah prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berdasarkan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* adalah suatu system yang mengatur, mengelola, dan mengawasi proses pengelolaan usaha yang berjalan secara berkesinambungan untuk meningkatkan kinerja, serta sebagai bentuk perhatian kepada *stakeholder*, karyawan, kreditor dan masyarakat sekitar;

b. Manfaat *Good Corporate Governance*

Menurut (Moenek dan Suwanda, 2019) manfaat *Good Corporate Governance* adalah: 1) Terciptanya suatu system kelengkapan penyelenggaraan pemerintah yang bersih, efisien, efektif, transparan, profesional dan akuntabel; 2) Untuk mengetahui bahwa terhapusnya peraturan perundang-undangan

dan Tindakan yang diskriminatif terhadap warga negara, kelompok atau masyarakat; 3) Untuk mengetahui bahwa meningkatnya partisipasi masyarakat dalam pengambilan kebijakan *Public* yang dapat ditunjukkan dengan adanya mekanisme dialog dan musyawarah dengan masyarakat dalam perumusan program dan kebijakan *public*; 4) Untuk mengetahui bahwa terdapatnya konsistensi dan kepastian hukum seluruh peraturan perundang-undangan.

c. Tujuan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) suatu perusahaan:

- 1) Mengoptimalkan pemberdayaan sumber daya ekonomis dari sebuah usaha
- 2) Melindungi kepentingan pemegang saham dan memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya.
- 3) Meningkatkan iklim Investasi nasional.
- 4) Memperbesar keuntungan secara nasional dari sebuah usaha yang dikelola secara baik. Pencapaian prestasi yang lebih baik dan penghematan sumber daya dan modal secara ekonomis akan meningkatkan produktivitas dalam negeri ke pasar internasional.

d. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* menurut OECD

(*Organization for Economic Co-operation and Development*) yang

dikutip oleh FCGI yaitu:

1) Keada'an (Fairness)

Menjamin perlindungan hak-hak para pemegang saham, termasuk hak-hak pemegang saham minoritas dan para pemegang saham asing, serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor;

2) Transparansi (Transparency)

Mewajibkan adanya suatu informasi yang terbuka, tepat waktu, serta jelas, dan dapat diperbandingkan yang menyangkut keadaan keuangan, pengelolaan perusahaan, dan kepemilikan perusahaan.

3) Akuntabilitas (Accountability)

Menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta mendukung usaha untuk menjamin penyelambutan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh Dewan Komisaris (dalam *Two Tiers System*).

4) Pertanggungjawaban (Responsibility)

Memastikan dipatuhinya peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial. (*OECD Business sector Advisory Group on Corporate Governance, 1998*)

6. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan menjadi salah satu pertimbangan bagi para investor dalam menilai suatu perusahaan, 'tolok 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 (Tarmadi Putri and Mardenia 2019). Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran dimana perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan yang besar maupun kecil. Penggolongan ukuran besar dan kecil perusahaan dapat ditinjau dari jumlah keseluruhan aset perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat dihitung dengan menggunakan tingkat total aset dan penjualan, yang dapat menunjukkan keadaan bisnis dimana perusahaan yang lebih besar akan mempunyai keunggulan dalam hal modal yang diperoleh untuk **membiayai investasi dan menghasilkan keuntungan**. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk menyatakan karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar dan stabil akan lebih mudah **memperoleh modal di pasar modal dibandingkan perusahaan kecil**. Karena akses yang mudah ini memungkinkan perusahaan besar **mendapatkan keuntungan dari fleksibilitas yang lebih besar**.

Ukuran perusahaan dapat diwakili dengan total aset yang dimiliki suatu perusahaan, Perusahaan yang memiliki total aset **dengan jumlah besar dapat memiliki pertimbangan mengenai pemanfaatan dananya yang nantinya di masa depan diharapkan dapat memberikan dampak baik pada nilai perusahaan** (Pasaribu and Hariani 2022)

7. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan ditentukan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat meminimalkan kemakmuran maksimal bagi pemegang saham jika harganya saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan diterapkan oleh manajemen di dalamnya berupaya meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham tercermin dalam harga saham (Hadyarti and Mahsin 2019). Nilai perusahaan dapat mewakili nilai aset yang dimiliki perusahaan, seperti surat berharga, termasuk saham. Saham (shares) adalah aset barang berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan. Nilai sebuah perusahaan IPO bukan sekedar menunjukkannya. Nilai seluruh aset juga tercermin pada nilai pasar atau harga saham sehingga meningkat. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi.

Nilai perusahaan yang tinggi adalah tujuan dari bisnis apapun tidak semua elemen perusahaan ingin mencapai tujuan perusahaan dilaksanakan secara efektif dan efisien. Menurut (Fana and Prena 2021) nilai perusahaan merupakan nilai pendapatan suatu perusahaan sebagai bisnis sebenarnya. Nilai yang melebihi nilai likuidasi dapat mengendalikan nilai organisasi pengelola dalam mengelola usahanya.

Nilai-nilai perusahaan menjadi penting karena nilai-nilai perusahaan tingkat yang tinggi akan membawa kemakmuran yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang

tinggi menjadi dampak para pemilik usaha karena nilainya yang tinggi menunjukkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Menurut (Nurfauziah and Utami 2021) nilai perusahaan merupakan ukuran nilai ekonomi *aktual* perusahaan pada waktu tertentu. Nilai bisnis mengukur biaya pada dasarnya membeli seluruh perusahaan. Banyak investor menggunakan nilai saat ini dari seluruh saham beredar suatu perusahaan sebagai indikator nilai ekonomi perusahaan. Berbagai kebijakan diterapkan oleh manajemen diantaranya berupaya meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham terencana dalam harga saham.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan dan juga dapat digunakan untuk membandingkan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Hasil Penelitian
1	(Pasaribu and Harisni 2022)	Good Corporate Governance, pengungkapan Corporate Social Responsibility dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Nilai perusahaan, tata Kelola perusahaan yang baik, pengungkapan social perusahaan tanggung jawab	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korporasi baik tata Kelola diproksi melalui komite audit dan untuk pengungkapan tanggung jawab social perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai

				perusahaan. pada saat yang sama ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2	(Wahid and Ballusy 2020)	Pengaruh <i>return on assets</i> (ROA) terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai variabel moderasi	<i>Return On Asset</i> (ROA), <i>Social Responsibility</i> (CSR), dan nilai-nilai perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Return On Asset</i> (ROA) berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar nilai ROA menunjukkan semakin baik kinerja perusahaan karena lingkaran investasi lebih besar. Namun CSR sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi pengaruh <i>Return On Asset</i> (ROA), nilai perusahaan.
3	(Hadyarti and Mahsin, 2019)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai indikator dalam menilai perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> , dan <i>Tobin's Q</i>	Hal ini menunjukkan bahwa pemikiran tentang nilai perusahaan suatu yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan selama beroperasi. Nilai perusahaan penting diketahui karena semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran para pemegang saham. Tujuan ini mencoba untuk menilai kembali pemaparan tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan <i>Good</i>

				Corporate Governance (GCG) sebagai salah satu indikator pengukuran nilai perusahaan. Suatu penelitian yang bisa mempresentasikan makna yang lebih besar dari gambaran kondisi suatu perusahaan sehingga sampai saat ini CSR dan GCG masih menjadi indikator bagi peneliti dalam pengukuran nilai perusahaan.
4	(Putra and Puri 2022)	Pengaruh pengungkapan Corporate <i>social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>Good corporate governance</i> sebagai variabel pemoderasi.	Pengungkapan Corporate <i>Social Responsibility</i> Perusahaan: <i>Good Corporate Governance</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan namun GCG yang digunakan sebagai variabel pemoderasi justru memperlemah pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi perusahaan dan investor untuk lebih memperlombakan tanggung jawab sosial serta juga menjadi dasar bagi pengembangan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang melibatkan variabel ataupun populasi penelitian yang sama.
5	(Situmorang and Simanjuntak 2019)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i>	Tata Kelola Perusahaan: Kinerja	Hasil penelitian ini secara parsial

		terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Keuangan, Perbankan	Sektor	menunjukkan bahwa persentase kepemilikan institusional komposisi dewan direksi dan komposisi komisaris independen tidak berpengaruh signifikan dengan arah koefisien negatif terhadap ROE. Sedangkan secara simultan persentase kepemilikan institusional komposisi dewan direksi dan komposisi komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap ROE dengan arah koefisien positif.
(Nuliauziat, and Uami, 2021)		Pengaruh pengungkapan CSR dan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan <i>sector industry sobsecs» tekstil dan garmen</i>	Nilai perusahaan tata Kelola perusahaan yang baik, pengungkapan CSR		Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengungkapan tanggung jawab social perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan tata Kelola perusahaan yang baik berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan <i>indicator</i> (kepemilikan manajerial dan Komite Audit) berpengaruh signifikan terhadap perusahaan nilai sedangkan keperlakuan <i>instirusional</i> dan komisan independen tidak

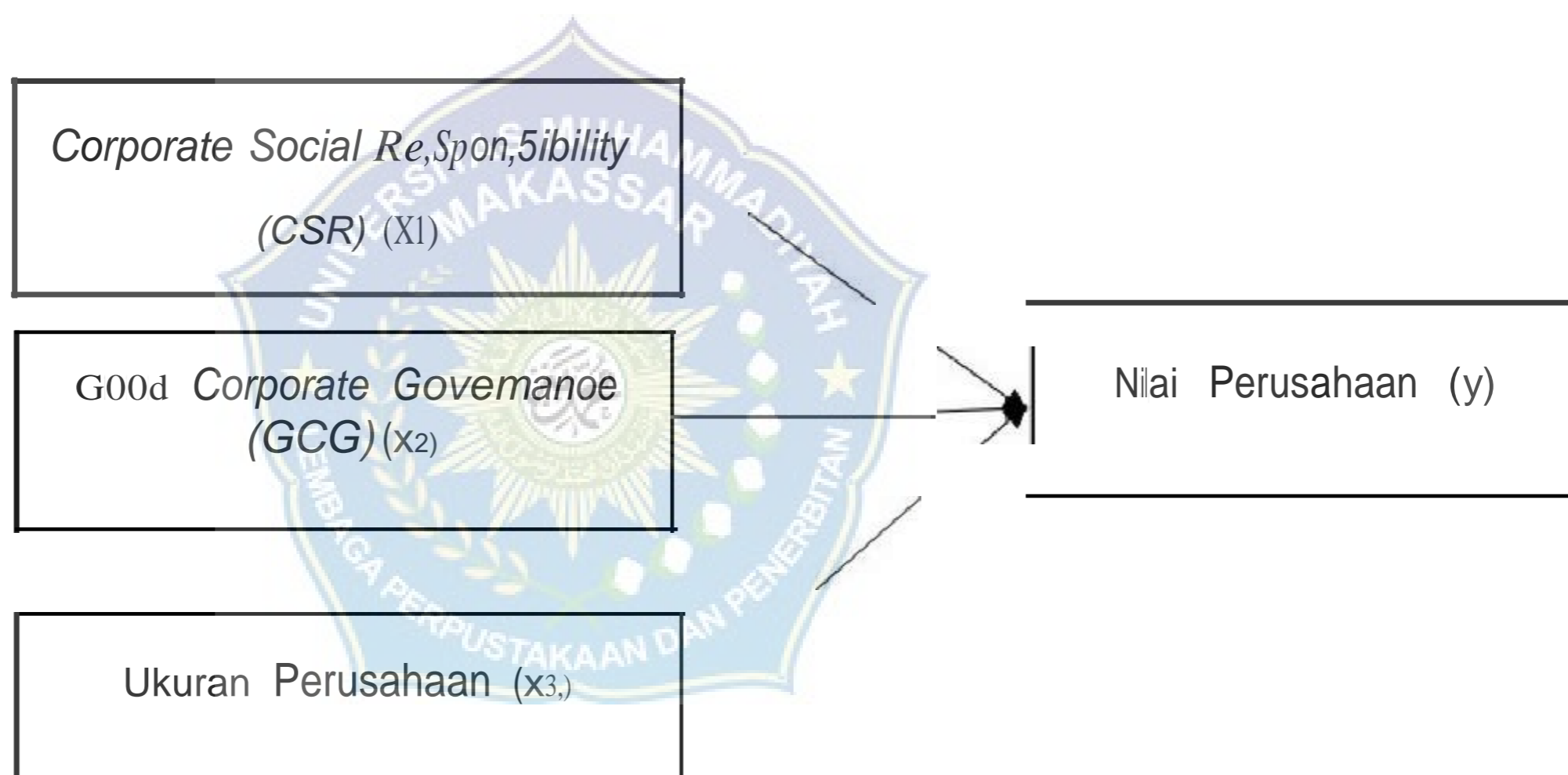
				memiliki berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
7	(Nuryana and Bhebe 2019)	Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan, profitabilitas	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.
8	(Negara 2019)	Analisis pengaruh Good corporate <i>governance</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate social responsibility</i> sebagai variabel pemerataan	Tata Kelola perusahaan yang baik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q. Sementara itu, sebagai variabel Independen, pengun- gkapan CSR memberikan pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan Sebagai variabel moderasi CSR mampu memperkuat hubungan antara GCG dan nilai perusahaan. Hal ini karena pengungkapan CSR adalah salah satu bentuk penerapan GCG, yang berarti jika pengungkapan CSR semakin baik maka juga akan membuat GCG lebih baik. Akhirnya ~u akan

				mempengaruhi perubahan pada nilai perusahaan.
9	(Lela Nurlaela Wati et al. 2019)	Peran pengungkapan CSR dan mekanisme GCG pada kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan	<i>Corporate Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan, Perusahaan</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR mampu mendasar hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan namun kepemilikan manajerial sebagai mekanisme GCG tidak mampu mendasar hubungan antara kinerja terhadap nilai perusahaan. CSR dapat membangun citra positif perusahaan di mata investor maupun masyarakat, karena dengan mengungkapkan informasi sosialnya akan menarik investor dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.
10	(Fana and Prena 2021)	Pengaruh <i>Corporate social responsibility, Good corporate governance,</i> dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia	<i>CSR, Kepemilikan Manajerial, Perusahaan</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan <i>good corporate governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan

				kepemimpinan manajerial berpengaruh terhadap perusahaan.
--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tentang persamaan dan perbedaan hasil penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan. Hasil dan penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan Variable maupun objek penelitian terdahulu dengan yang dilakukan saat ini.

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka konseptual

D. Hipotesis

1. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) dan teori agensi (*agency theory*) merupakan dua konsep yang saling terkait dalam konteks tata kelola perusahaan. Teori agensi membahas hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen yang bertindak atas namanya. CSR dapat dipandang sebagai mekanisme untuk

menyebabkan konflik keagenan dengan memperkuat kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan eksternalnya, seperti masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Dengan menerapkan praktik CSR, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kinerja jangka panjang.

Corporate *Social Responsibility* (CSR) dan teori legitimasi (*legitimacy theory*) memiliki hubungan yang erat karena keduanya berkaitan dengan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemangku kepentingan eksternalnya untuk mempertahankan legitimasi sosial dan publik. Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan cenderung berupaya untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka dengan mempromosikan harapan dan nilai-nilai masyarakat yang relevan. Dalam konteks CSR, perusahaan menggunakan berbagai inisiatif dan kegiatan sosial, lingkungan, dan ekonomi untuk menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan cara ini, perusahaan berusaha memperoleh atau mempertahankan legitimasi mereka sebagai anggota yang berkontribusi positif dalam masyarakat.

Corporate *Social Responsibility* (CSR) dan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) saling terkait karena keduanya menekankan pentingnya hubungan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya. Teori pemangku kepentingan menyorot bahwa perusahaan harus mempromosikan kepentingan tidak hanya pemegang saham, tetapi juga berbagai pihak lain yang

terpengaruh oleh atau mempengaruhi aktivitas perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan lingkungan. Dalam konteks ini, CSR menjadi alat yang penting bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pemangku kepentingan tersebut dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu bentuk perwujudan dari komitmen yang dimiliki oleh perusahaan dalam rangka menelaah terakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa keberadaan perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Setiap perusahaan memiliki pandangan dan sikap atau respon yang berbeda terhadap penerapan dan pengungkapan CSR. Hasil penelitian (Fana and Prena 2021) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* yang diproses oleh ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019 (Hidayat 2021). Apabila CSR mengalami peningkatan akan mempengaruhi nilai perusahaan meningkat, sebaliknya apabila CSR mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan (Fana and Prena 2021). Mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan,

H-1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Good Corporate Governance

Good Corporate Governance (GCG) adalah kerangka kerja yang dirancang untuk mengelola dan mengendalikan perusahaan dengan cara yang transparan, akuntabel, dan beretika, sehingga memastikan bahwa kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya dilindungi. Teori agensi juga berbicara tentang hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen yang bertindak atas nama mereka. GCG dapat dilihat sebagai alat untuk mengurangi konflik kepentingan antara prinsipal dan agen dengan menetapkan prinsip-prinsip yang jelas mengenai tata kelola perusahaan, termasuk transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan kewajiban fidusia. Implementasi yang baik dari prinsip-prinsip GCG dapat membantu memastikan bahwa keputusan manajemen sejalan dengan kepentingan pemegang saham, mengurangi kesenjangan informasi antara pihak-pihak yang terlibat dan meningkatkan kepercayaan antara perusahaan dan pemegang sahamnya.

Good Corporate Governance (GCG) dan teori legitimasi memiliki hubungan yang erat karena keduanya berfokus pada bagaimana perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan legitimasi mereka di mata pemangku kepentingan eksternal. GCG mencakup praktik-praktik yang dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan, akuntabel, dan beretika, sehingga memperkuat kepercayaan dan keyakinan pemangku kepentingan. Dalam konteks teori legitimasi, perusahaan diharapkan untuk beroperasi sesuai dengan harapan dan norma-norma yang diterima oleh masyarakat. Praktik-praktik

GCG, seperti pembentukan dewan direksi Independen, pengungkapan Informasi yang tepat waktu dan akurat, serta keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan, membantu perusahaan memperoleh legitimasi dengan menunjukkan bahwa mereka beroperasi dengan menempatkan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Good Corporate Governance (GCG) dan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) memiliki hubungan yang erat karena keduanya bertujuan untuk mempromosikan hubungan yang sehat antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya. GCG menekankan pentingnya tata kelola perusahaan yang baik melalui implementasi prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, kewajaran, dan keadilan. Prinsip-prinsip ini tidak hanya mengarah pada perlindungan kepentingan pemegang saham, tetapi juga memperhatikan kepentingan dan hak-hak pemangku kepentingan lainnya, sesuai dengan teori pemangku kepentingan. Misalnya, pembentukan dewan direksi Independen, pengungkapan informasi yang tepat Waktu dan akurat, serta partisipasi pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan adalah contoh praktik GCG yang juga memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan seperangkat aturan terkait dengan hubungan antara pemangku kepentingan seperti manajer, pemegang saham, kreditur, pegawai, pemerintah, dan pemangku kepentingan baik eksternal maupun Internal yang memiliki keterkaitan dengan segala hak kewajibannya. Hasil penelitian (Fana and Prenata 2021) *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan dengan, kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Banyak investor yang lebih bersedia menginvestasikan dananya kedalam perusahaan industri manufaktur, tetapi harga saham industri manufaktur benar-benar fluktuatif dan sangat sulit diprediksi. Sebagaimana beberapa tahun yang lalu bila terjalin krisis global yang mengakibatkan harga saham perusahaan industri manufaktur mengalami penurunan, Penurunan harga saham tersebut diakibatkan karena meningkatnya inflasi serta tingkat suku bunga pun mengalami peningkatan. Salah satu manfaat dari good corporate governance (GCG) adalah untuk mempertahankan Investor dalam berinvestasi disimpulkan bahwa jika GCG mengalami peningkatan akan mempengaruhi nilai perusahaan meningkat, sebaliknya jika GCG mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami menurun (Fana and Prena 2021). *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai **Perusahaan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan GCG maka semakin tinggi kegiatan operasinya dan ukuran Perusahaan semakin besar, Ukuran perusahaan yang besar akan mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan (Lestari and Wirawati 2018). Good Corporate Governance** Berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan .

H-2: *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan sering kali dikaitkan dengan teori agensi karena ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kompleksitas struktur keagenan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki struktur keagenan yang lebih kompleks karena adanya pembagian tugas dan tanggung jawab antara manajemen dan pemegang saham yang lebih banyak. Teori agensi memprediksi bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula potensi konflik keagenan antara pemegang saham dan manajemen, karena semakin sulit bagi pemegang saham untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan manajemen. Sebagai respons terhadap kompleksitas ini, pemegang saham mungkin perlu menggunakan mekanisme kontrol seperti Komite Direksi Independen, peningkatan informasi yang lebih besar, atau insentif kinerja yang lebih terkait dengan nilai pemegang saham.

Ukuran perusahaan dapat memiliki hubungan dengan teori legitimasi dalam beberapa cara. Secara umum, teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan berusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka di mata masyarakat dengan mematuhi harapan dan norma-norma sosial yang berlaku. Hubungan antara ukuran perusahaan dan teori legitimasi dapat dijelaskan sebagai berikut

- a. **Tingkat Pengetahuan:** Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk menanggapi dan mematuhi harapan dan norma-norma masyarakat. Mereka mungkin memiliki departemen khusus atau lebih banyak staf yang

bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap standar etika dan tanggung jawab sosial,

- b. Pengaruh Stakeholder: Perusahaan besar memiliki jangkauan operasional yang lebih luas dan keterlibatan dengan lebih banyak pemangku kepentingan, seperti pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan investor. Oleh karena itu, mereka mungkin lebih diharapkan untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan memenuhi berbagai harapan dari berbagai pemangku kepentingan ini.
- c. Transparansi dan Pengungkapan: Perusahaan besar sering kali memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih lengkap dan terperinci tentang kegiatan mereka. Hal ini dapat termasuk pengungkapan tentang praktik-praktik CSR, dampak lingkungan, dan tindakan sosial lainnya. Pengungkapan ini dapat membantu memperkuat legitimasi perusahaan di mata masyarakat dengan menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- d. Respon terhadap Kritik dan Keperhatian Masyarakat: Perusahaan besar mungkin lebih rentan terhadap kritik dan kontroversi karena profil publik yang lebih tinggi dan dampak operasional yang lebih besar. Oleh karena itu, mereka harus secara aktif menangani masalah dan keperhatian masyarakat untuk mempertahankan atau memperoleh legitimasi mereka.

Ukuran perusahaan dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan

eksternalnya, sesuai dengan pdsnlp-pnnslp teort pernanoku kepennnqan (*stakeholder theory*).

- a. Jangkauan Pemanqku Kepentlnqan: Perusahaan yang leblh besar oenderung memiliki jangkauan operasional yang lebih luas dan keterlibatan dengsn lebih banyak pernanqku kepentlnqan. Hal ini dapat rnencakup kairyawan, pelanqqan, pernasok, komunitas lokal, dan berbaqal orqanisasi non-pemerintah. Karena itu perusahaan besar mungkin dihadapkan pada sejurintah pernanqku kepentlnqsn yang lebih besar dan beraqam, dan perlu memperhatikan berbaqai kepentlnqan ini dalam penqarnbilan keputusan .
- b. Sumber Daya untuk Berinteraksi: Perusahaan besar mungkin memiliki leblh banyak sumber daya, seperti personll, anggaran, dan infrastruktur, yang dapat digunakan untuk berinteraksi dengsn berbaqai pemanpku kepenfinqan. Mereka dapat rnendiril can departernen khusus atau inisiatif CSR untuk berkomunikasi dengsn pemanqsu kepentlnqan, menanqani masalah-rnasalah yang muncul, dan rnernenuhl harapan mereka,
- c. Penqaruh terhadap Lingkungan: Perusahaan besar sering memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan fisik, sosial, dan ekonomi di rnana mereka beroperasi. Oleh karena itu, mereka sering kali dianggap bertanggung [awab etas konsekuensi dari operasi rnereka ternadap berbaqai pemanqku kepentlnqan, tennasuk komunitas lokal, lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan.
- d. Keterbukaan dan Transparansi: Perusahaan besar mungkin diharapkan untuk rnelakukan pengungkapan Informast yang leblh

lengkap dan terperinci tentang kegiatan mereka kepada pemangku kepentingan. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan dan **memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan**, serta memperoleh dukungan untuk inisiatif atau proyek tertentu.

Ukuran perusahaan diartikan sebagai besar kecilnya usaha dari suatu perusahaan. Dengan demikian ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar memiliki akses yang besar yang dapat memengaruhi dalam sumber pendanaan, sehingga ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap akses perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan (Hidayat and Farida 2021). Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut mendapatkan sumber pendanaan. Ukuran perusahaan yang besar akan mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang **baik** sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan (Lestari and Wirawati 2018). Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar dan memiliki total aset yang besar cenderung **memiliki kondisi yang lebih baik dan stabil**. Selain itu, perusahaan yang memiliki ukuran yang besar dianggap dapat melakukan perkembangan lebih lanjut untuk memajukan perusahaan. Perkembangan dan kondisi **yang stabil ini yang nantinya menyebabkan naiknya keuntungan serta peningkatan asetnya**. Ketika investor melihat adanya perkembangan yang baik yang datang dari perusahaan tersebut maka investor

menyatakan bahwa perusahaan tersebut nilai yang bagus (Pasaribu and Hariyani 2022). Bahwa ukuran Perusahaan positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

H-3: *Ukuran perusahaan* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



BAB II

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjelasan (*Explanatory Research*); yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel Independen dengan variabel dependen dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono) 2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sumber data berupa data sekunder yaitu data yang sudah diolah bisa berupa buku, jurnal, website resmi yang sesuai dengan data penelitian yang dibutuhkan. Objek penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan Corporate *Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022. Data yang dibutuhkan dapat diakses melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan situs resmi masing-masing perusahaan. Penelitian ini akan dilakukan kurang lebih 2 bulan yaitu dari bulan Januari-Februari 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung. Sumber data dalam penelitian ini yaitu berupa laporan keuangan tahunan perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022 yang dapat

dlakses rnetalul situs resrni BEi (www.idx.coJd) dan sltus resmi rnaslng- masing perusahaan,

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah tempat penelitian atau wilayah qenerajsast yang mempunyai jumlah karalderistik tertentu. Populasi untuk penellflan ini perusahaan BUM N di Indonesia tahun 2018-2022 . Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 33 perusahaan BUMN.

2. Sam . el

Sampel adalah Sebagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan krteria-kritena tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan BUMN di Indonesia dengan krterta sebaqal berikut:

1. Daftar Perusabaan BUM yang tsrdattar di BEI tahun 2018-2022
2. Perusahaan BUMN yang menerbitkan laporan keuangan tahunan selama 5 tahun berturut-turut, tahun 2018-2022 di BEi;
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dalam ma.ta uang rupiah;
4. Perusahaan memiliki kelenqkapan inter asi yang dlbutuhkan dalam keperluan penelitian, baik data mengenai *corporate social respons.ibility* dan *good corporate goViernance* terhadap nilai perusahaan,

Tabel 3. 1
Kriteria sampel penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Daftar Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022	33
2	Daftar perusahaan yang melaporkan laporan keuangannya tahun 2018-2022 di BEI	17
3	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dalam mata uang rupiah	17
4	Perusahaan memiliki kelengkapan Informasi yang dibutuhkan dalam keperluan penelitian, baik data mengenai <i>corporate social responsibility</i> , <i>good corporate governance</i> dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	10
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria		10
Total data observasi tahun 2018-2022 (10 x 5)		50

Sumber: Data penelitian, 2023

Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan diatas, maka didapatkan sampel sebanyak 10 perusahaan BUMN di Indonesia yang diperoleh dari hasil observasi. Adapun rincian perusahaan yang terpilih sebagai berikut

Tabel 3. 2
Daftar Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	PPLN	PT PLN
2	JSMR	PT Jass Maraa (Persero) Tbk
3	WIKAA	PT Wilava Karva (Persero) Tbk
4	AOHI	PT Adhi Karya (Persero) Tbk
5	WSKT	PT Waskita Karya (Persero) Tbk
6	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
7	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
8	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
9	BBNI	PT Negara Indonesia (Persero) Tbk
10	POS-	PT Pos Indonesia (Persero) Tbk

e.. Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan data dari laporan keuangan tahunan perusahaan BUMN di Indonesia selama tahun 2018-2022 melalui situs resmi www.idx.co.id dan situs resmi masing-masing perusahaan.

f. Definisi Operasional variabel

Menurut (Sugiyono, 2017) operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Tabel 3.3
Definisi Operasional variable

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₁)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) adalah komitmen sebuah perusahaan terhadap para stakeholdernya, Program ini dilakukan untuk mendukung orientasi perusahaan yang tidak hanya menutamakan keuntungan materi, tetapi juga relasi,	$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{n}$

<p>Good Corporate Governance (x2)</p>	<p>Good Corporate Governance (GCG) adalah praktik manajemen Perusahaan yang menekankan transparansi, akuntabilitas, keadilan dan kepatuhan terhadap Perusahaan.</p>	<p>Dukur menggunakan komite audit:</p> <p><i>KA = Jumlah anggota komite audit dari luar x 100 / Jumlah seluruh anggota Komite audit</i></p>
<p>Ukuran Perusahaan (x)</p>	<p>Ukuran perusahaan dapat diartikan dengan total aset yang dimiliki suatu perusahaan, Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah besar dapat memiliki pengaruh yang signifikan mengenai pemanfaatan dananya yang nantinya diharapkan dapat memberikan dampak baik pada nilai perusahaan</p>	<p>Size = Ln (total asset)</p>

<p>Nilai Perusahaan (y)</p>	<p>Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham</p>	$PER = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$
-----------------------------	--	--

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan definisi operasional variabel dan indikator penukurannya. Dimana untuk mengukur variabel *Corporate Social Responsibility* (x1) menggunakan indikator pendekatan dikotomi yaitu senap Item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Untuk mengukur variabel *Good Corporate Governance* (x2) menggunakan indikator jumlah komite audit dari luar dibagi jumlah seluruh komite audit. Untuk mengukur variabel ukuran Perusahaan (x3) menggunakan indikator nilai log natural total aset yang dimiliki suatu Perusahaan. Kemudian untuk mengukur variabel nilai Perusahaan (y) menggunakan indikator *market price per share* dibagi *earning pershare*.

g. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji. asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak,

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini multikolinieritas yaitu untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel dalam model regresi linier berganda. Dalam pelaksanaan uji multikolinieritas menggunakan dua cara yaitu:

1. Jika nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *Tolerance* < 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10, maka hal tersebut menunjukkan terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan yang terjadi di antara anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun pada rangkaian waktu.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2009) metode analisis untuk mengetahui pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan persamaan *Multiple Regressions*. Pada penelitian ini, data diolah menggunakan aplikasi komputer yaitu SPSS versi 11.0.

persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

h. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) dilakukan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independent secara individu terhadap variabel dependen. Uji t (parsial) disebut juga sebagai uji signifikansi individual. Penelitian ini menggunakan alpha sebesar 5%, jadi jika nilai signifikansi < 0,05 berarti variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 berarti variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi (R) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, dan sebaliknya jika nilainya mendekati satu, berarti variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan BUMN di Indonesia pada tahun 2018-2022. Badan Usaha Milik Negara adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan (UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara), Perusahaan BUMN memegang peranan penting bagi perekonomian nasional. Maksud dan tujuan dilirikannya BUMN adalah memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan penerimaan negara; menyalurkan keuntungan; menyediakan barang dan/atau jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat; meniadakan kegiatan-kegiatan usaha yang belum diminati oleh sektor swasta; serta turut aktif membantu pengembangan usaha kepada pengusaha golongan ekonomi, koperasi, dan masyarakat.

Dalam perjalanannya, jumlah BUMN terus mengalami perubahan sesuai dengan implementasi strategi pembinaan BUMN untuk mengoptimalkan kontribusi BUMN terhadap perekonomian bangsa Indonesia. Dalam rangka meningkatkan kinerja dan nilai tambah, Kementerian BUMN terus melakukan perampangan dan perbaikan portofolio jumlah BUMN melalui restrukturisasi korporasi (holding, merger, akuisisi, dll). Pengembangan fokus untuk restrukturisasi dilakukan mulai tahun 2020 yang dalam 5 tahun ke depan akan membuat jumlah BUMN menjadi lebih efisien dengan jumlah kurang dari 70 BUMN.

a. Sejarah Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Organisasi Pemerintah yang memiliki Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) melaksanakan **pembinaan** terhadap Perusahaan Negara/Badan Usaha Milik Negara di Republik Indonesia telah ada sejak tahun 1973. Awalnya organisasi ini merupakan bagian dari unit kerja di lingkungan Departemen Keuangan Republik Indonesia. Selanjutnya, organisasi tersebut mengalami beberapa kali perubahan dan perkembangan.

Pada 1973 sampai dengan 1993 unit yang menangani pembinaan BUMN berada pada unit setingkat Eselon U. Unit organisasi itu disebut Direktorat Persero dan PKPN (Pengelolaan Keuangan Perusahaan Negara). Selanjutnya, terjadi perubahan nama menjadi Direktorat Persero dan BUN (Badan Usaha Negara). Kemudian organisasi ini berubah menjadi Direktorat Pembinaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) sampai dengan tahun 1993.

semakin hari semakin banyak tantangan yang harus dihadapi. Secara organisasi, peningkatan kualitas harus diimbangi dengan pelebaran struktur organisasi sehingga pada tahun 1993 sampai dengan

1998 organisasi yang awalnya hanya setingkat Direktorat Eselon U, ditingkatkan menjadi setaraf Direktorat Jenderal Eselon I, dengan nama Direktorat Jenderal Pembinaan Badan Usaha Negara (DJ-PBUN). Tahun **1998, pemerintah Republik Indonesia mengubah bentuk organisasi** pembina dan pengelola BUMN menjadi setingkat Kementerian, dengan nama Kementerian Negara Pendayagunaan BUMN/Kepala Badan Pembinaan BUMN.

Pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2001, struktur organisasi Kementerian ini sempat dihapuskan dan dikembalikan lagi menjadi setingkat eselon I di lingkungan Departemen Keuangan. Namun di tahun 2001 akhir, karena perubahan zaman yang dinamis, serta dalam proses percepatan pembangunan negara, organisasi Pembina BUMN tersebut dikembalikan lagi fungsi dan tugas pokoknya menjadi setingkat Kementerian sampai dengan sekarang.

b. **Tugas Pokok dan Fungsi Badan Usaha Milik Negara (BUMN)**

Kementerian Badan Usaha Milik Negara mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang BUMN untuk membantu Presiden dalam pengelolaan pemerintahan negara. Pembinaan badan usaha milik negara tersebut termasuk perusahaan entitas yang dikendalikan oleh BUMN baik secara langsung maupun tidak langsung sesuai ketentuan yang berlaku.

Dalam melaksanakan tugas, Badan Usaha Milik Negara menyelenggarakan fungsi:

- 1) Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang penyusunan insiatif bisnis strategis, penguatan daya saing dan sinergi, penguatan kinerja, penciptaan pertumbuhan berkelanjutan, restrukturisasi, pengembangan usaha, serta peningkatan kapasitas infrastruktur bisnis BUMN;
- 2) Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan di bidang penyusunan insiatif bisnis strategis, penguatan daya saing dan sinergi, penguatan kinerja, penciptaan pertumbuhan berkelanjutan, restrukturisasi, pengembangan usaha, serta peningkatan kapasitas infrastruktur bisnis BUMN;

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui struktur organisasi

Badan Usaha Milik Negara yang terdiri dari:

a. Menteri BUMN: Erick Thohir

b. Wakil Menteri BUMN I: Pahala Nugraha Mansury

Wakil Menteri I terdiri atas: Asisten Deputi Bidang Industri Energi; Minyak dan Gas, Asisten Deputi Bidang Industri Mineral dan Bafubara, Asisten Deputi Bidang Industri Perkebunan dan Kehutanan, Asisten Deputi Bidang Industri Pangan dan Pupuk, Asisten Deputi Bidang Industri Kesehatan, dan Asisten Deputi Bidang Industri Manufaktur,

c. Wakil Menteri BUMN II: Kartika Wriatmodjo

Wakil Menteri II terdiri atas: Asisten Deputi Bidang Jasa Keuangan, Asisten Deputi Bidang Jasa Asuransi dan Dana Pensiun, Asisten Deputi Bidang Jasa Telekomunikasi dan Media, Asisten Deputi Bidang Jasa Infrastruktur, Asisten Deputi Bidang Jasa Logistik, dan Asisten Deputi Bidang Jasa Pariwisata dan Pendukung.

d. Pj. Sekretaris Kementerian BUMN: Susyanto

Sekretariat Kementerian terdiri atas: Biro Perencanaan, Organisasi, dan Kepegawalan, Biro Hubungan Masyarakat dan Fasilitas Dukungan Strategis, dan Biro Umum dan Keuangan,

e. Inspektur: Suprianto

Inspektorat terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional

f. Staf Ahli Bidang Industri: Rabln Indrajad Hattan

g. Staf Ahli Bidang Keuangan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Loto Srinaita Ginting

h. Deputi Bidang Hukum dan Perundang-undangan: Carlo B. Tewu

Deputi Bidang Hukum dan Perundang-undangan terdiri atas: Asisten Deputi Bidang Hukum Korporasi, dan Asisten Deputi Bidang Peraturan Perundang-undangan.

i. Deputi Bidang SDM, Teknologi, dan Informasi: Tedi Bharata

Deputi Bidang SDM, Teknologi, dan Informasi terdiri atas: Asisten Deputi Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik Negara, Asisten Deputi Bidang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dan Asisten Deputi Bidang Teknologi dan Informasi.

j. Deputi Bidang Keuangan dan Manajemen Risiko: Nawal Nely

Deputi Bidang Keuangan dan Manajemen Risiko terdiri atas: Asisten Deputi Bidang Keuangan, dan Asisten Deputi Bidang Manajemen Risiko dan Kepatuhan.

d. Perusahaan BUMN yang menjadi Sampel

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang dibahas pada bab sebelumnya, yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan BUMN. Adapun rincian perusahaan yang terpilih sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Daftar Sampel IP808 rrt an

No	Kode	Nama Perusahaan
1	PPLN	PT PLN
2	JSMR	PT Jasa Marga (Persero) Tbk
3	WIKAA	PT Widiava Karva (Persero) Tbk
4	ADHI	PT Adhi Karva (Persero) Tbk
5	WSKT	PT Waskita Karya (Persero) Tbk
6	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
7	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
8	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
9	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
10	POST	PT Pos Indonesia (Persero) Tbk

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan dan mendeskripsikan gambaran tentang penyebaran data yang telah dan membuat data yang disajikan menjadi lebih mudah untuk dapat dipahami. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas mean, median, maximum, minimum dan standar deviasi. Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data sekunder yang meliputi Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Nilai Perusahaan. Data tersebut diperoleh dari Indonesia Stock Exchange (IDX). Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022.

Tabel 4.2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	.00	.02	.01200	.00000
GCG	.00	1.00	.4170	.17107
Ukuran Perusahaan	14.97	31.11	21.9112	3.76847
Nilai Perusahaan	.05	121.99	20.5332	30.21575
Valid N (listwise)	50			

summler : Data di olah SPSS 26 2024

Tabel 4.2 adalah output statistik deskriptif dari seluruh variabel penelitian dengan jumlah sampel adalah 50. Berdasarkan tabel ini, dapat dijelaskan analisis statistik deskriptif masing-masing variabel sebagai berikut :

- a. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 02 dan nilai maksimum sebesar 02. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 0200 dan standar deviasi sebesar 0.0000
- b. Variabel *Good Corporate Governance* memiliki nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum sebesar 100. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 41.70 dan standar deviasi sebesar 17.107
- c. Variabel *Ukuran Perusahaan* memiliki nilai minimum sebesar 14.97 dan nilai maksimum sebesar 3111. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 21.9112 dan standar deviasi sebesar 3.76847
- d. Variabel *Nilai Perusahaan* memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 12199. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 20.5332 dan standar deviasi sebesar 30.21575.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui mengenai kenormalan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Kolmogorov-Smirnov. Batasan penerimaan data dinyatakan berdistribusi normal adalah apabila signifikan pada Kolmogorov-Smirnov > 0.05 . Hasil uji normalitas data terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* X_1 , *Good Corporate Governance* X_2 , *Ukuran Perusahaan* X_3 , *Nilai Perusahaan* Y dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.1079179
	Std. Deviation	1.73117761
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.058
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
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.		

Sumber: Data diolah SPSS 26 2024

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi **Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.** Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas data sudah terpenuhi.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan menyelidiki besarnya inter korelasi antar variabel bebasnya. Ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *Tolerance Value* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 . Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji multikolinieritas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	CSR	.726	1.376
	GCG	.941	1.062
	ukuran Perusahaan	.606	1.438

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data di olah SPSS 26 2024

Dari tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa nilai nilai VIF pada *Corporate Social Responsibility* X_1 sebesar 1,376 yang menandakan lebih besar dari 0,10 maka diasumsikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas. *Good corporate Governance* X_2 nilai VIF sebesar 1,062 juga lebih besar daripada 0,10 maka disimpulkan bawa tidak terjadi gejala multikolinieritas. Serta Ukuran Perusahaan X_3 nilai VIF sebesar 1,438 juga lebih besar daripada 0,10 maka disimpulkan bawa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin Watson (DW Test).

Tabel 4. 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 ^a	.714	.107	231.2	2.197

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, GCG, CSR
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan hasil pengujian menggunakan uji Durbin-Watson diperoleh nilai sebesar 2.197. Jika nilai uji statistik Durbin-Watson lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka residual atau error dari model regresi berganda tidak bersifat independen atau terjadi **autokorelasi**. Jadi berdasarkan uji statistik Durbin-Watson dalam penelitian ini berada di atas satu dan di bawah tiga (2.197) sehingga tidak terjadi **autokorelasi**.

3. Analisis Statistik Regresi Berganda

Uji analisis regresi berganda adalah sebuah metode pendekatan untuk melihat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Analisis regresi berganda digunakan untuk mencari pengaruh antara **variabel independen Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3**, terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan Y. Berikut merupakan data hasil uji analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan SPSS 26, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Analisis Regresi Linear Berganda
Koefisiennya

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	14.436	.5958		9.685	.003
	CSR	.167	.116	.325	3.207	.002
	GCG	.130	.0918	.322	2.463	.001
	Ukuran Perusahaan	.657	.115	.608	5.989	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

sumber : Data diolah SPSS 26 2024

Dari tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = 14,436 + 0,167 X_1 + 0,130 X_2 + 0,657X_3$$

Berdasarkan tabel 4.6 menjelaskan bahwa nilai koefisien konstanta yaitu 14,436 sedangkan nilai koefisien regresi untuk variabel *Corporate Social Responsibility X1* adalah 0,167 nilai koefisien regresi untuk variabel *Good Corporate Governance X2* adalah 0,130 Dan nilai Koefisien regresi untuk variabel Ukuran Perusahaan *X3* 0,657.

Persamaan dapat diuraikan sebagai berikut :

Konstanta sebesar 14,436. menyatakan bahwa jika *Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3*, nilainya adalah 0 maka Nilai Perusahaan *y* tetap ada sebesar 14,436.

Variabel *y* adalah Nilai Perusahaan dan *X* adalah *Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3*, dari persamaan di atas dijelaskan bahwa koefisien *X* mempunyai tanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3*, searah dengan Nilai Perusahaan *Y*. Dengan kata lain *Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Y*.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t (Parsial) untuk menguji hipotesis untuk mengetahui perbandingan antara kedua variabel tersebut. Uji t dilakukan untuk membandingkan *t_{hitung}* dengan *t_{tabel}* pada tingkat signifikansi 5%. Jika

thitung > *tabel* maka variabel bebas dapat dikatakan signifikan, untuk

lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.6
Hasil Analisis Uji t

Model		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan	
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.436	5.958		9.685	.003	Diterima
	CSR (X1)	.167	.11a	.325	3.207	.002	Diterima
	GCG (X2)	.130	.918	.322	2.463	.001	Diterima
	Ukuran Perusahaan (X3)	.657	.115	.608	5.989	.000	Diterima

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data di olah SPSS 26 2024

Pada Tabel 4.7 Dapat disimpulkan Bahwa :

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai sig sebesar 0.02 <0.05 serta nilai *Thitung* 3.207 > *Ttabel* 2.014 yang menandakan bahwa *H1* Diterima atau dalam artian *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini bisa disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik cenderung membangun hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan utama mereka, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, organisasi non-pemerintah, dan pemasok. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, perusahaan dapat memperoleh dukungan yang lebih besar untuk proyek-

proyek masa depan dan dapat menghindari konflik yang dapat merugikan operasi mereka.

2. Pengungkapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai perusahaan

Variabel *Good Corporate Governance* memiliki nilai sig sebesar $0.001 < 0.05$ serta nilai $T_{hitung} 2.463 > T_{tabel} 2.014$ yang menandakan bahwa H_2 Diterima atau dalam artian *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini bisa disimpulkan bahwa variabel *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. GCG yang kuat membantu meningkatkan kepercayaan investor karena memberikan jaminan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan dan adil. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang memiliki struktur korporat yang kuat, pengawasan yang efektif, dan pelaporan keuangan yang jelas. Dengan demikian, perusahaan dengan praktik GCG yang baik cenderung menarik minat investor dan dapat mendapatkan akses ke modal dengan biaya yang lebih rendah.

3. Pengungkapan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan .

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$ serta nilai $T_{hitung} 5.989 > T_{tabel} 2.014$ yang menandakan bahwa H_3 Diterima atau dalam artian Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini bisa disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar sering memiliki keuntungan ekonomi skala, yang berarti biaya rata-rata produksi menurun seiring dengan peningkatan produksi. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas

perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif dalam harga dan operasi.

b. Uji R² (Determinasi).

Uji koefisien determinasi (R²) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dapat menerangkan variabel-variabel terikat. Dalam penelitian ini Uji R² (R² Square) digunakan untuk mengetahui presentase Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3, Nilai Perusahaan Y.

Tabel 4. 7
Hasil Analisis uji- R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.714 ^a	.714	.707	2.312	2.107
a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, GCG, CSR					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan					

Sumber : Data di olah SPSS 26 2024

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinan (R²) adalah 0,714 artinya 71,4 persen dari variabel bebas (Corporate Social Responsibility X1, Good Corporate Governance X2, Ukuran Perusahaan X3) dapat menerangkan variabel terikat (Nilai Perusahaan). 100-71,4=28,6 sedangkan 28,6% diterangkan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil pada uji hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dibahas dan diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, untuk hipotesis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (H1) diterima. Sehingga dapat diketahui bahwa *corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi Nilai Perusahaan secara berkualitas di suatu perusahaan,

Kegiatan CSR dapat memperkuat reputasi perusahaan di mata pelanggan, masyarakat, dan pihak terkait lainnya. Reputasi yang baik ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan kepercayaan stakeholder. Melalui kegiatan CSR perusahaan dapat berinteraksi lebih baik dengan komunitas lokal. Ini dapat mengurangi konflik dan meningkatkan dukungan masyarakat terhadap operasi perusahaan. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sering kali dianggap lebih menarik oleh pelanggan, terutama mereka yang peduli dengan isu sosial dan lingkungan. Hal ini dapat membuka akses ke segmen pasar baru, Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR seringkali memiliki hubungan yang lebih baik dengan pemerintah dan regulator yang dapat menguntungkan dalam hal perizinan dan kebijakan. Secara keseluruhan, CSR dapat meningkatkan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan berbagai stakeholder, dan membuka peluang pasar

baru. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Hadyarti & Mahsin, (Putra dan Putri 2020)) yang beranggapan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan pada perusahaan BUMN. Sebagai entitas yang dimiliki atau dikendalikan oleh negara, BUMN sering memiliki tanggung jawab sosial yang lebih besar terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Implementasi program CSR dapat membantu BUMN memenuhi tanggung jawab sosial mereka dengan melakukan kegiatan yang berdampak positif secara sosial, lingkungan, dan ekonomi. Hal ini dapat mencakup berbagai inisiatif seperti pembangunan infrastruktur sosial, program pendidikan, pelestarian lingkungan atau bantuan kepada komunitas yang membutuhkan. Dengan melakukan CSR secara efektif, BUMN dapat meningkatkan reputasi mereka, memperkuat hubungan dengan stakeholders, dan memberikan dampak positif yang lebih luas pada masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) dan teori agensi (*agency theory*) merupakan dua konsep yang saling terkait dalam konteks tata kelola perusahaan. Teori agensi membahas hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen yang bertindak atas nama mereka. CSR dapat dipandang sebagai mekanisme untuk mengurangi konflik keagenan dengan memperkuat kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan

eksternalnya, seperti masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Dengan menerapkan praktik CSR, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kinerja jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) dan teori legitimasi (*legitimacy theory*) memiliki hubungan yang erat karena keduanya berkaitan dengan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemangku kepentingan eksternalnya untuk mempertahankan legitimasi sosial dan publik. Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan cenderung berupaya untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka dengan memperhatikan harapan dan nilai-nilai masyarakat yang relevan. Dalam konteks CSR, perusahaan menggunakan berbagai inisiatif dan kegiatan sosial, lingkungan, dan ekonomi untuk menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan cara ini, perusahaan berusaha memperoleh atau mempertahankan legitimasi mereka sebagai anggota yang berkontribusi positif dalam masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) dan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) saling terkait karena keduanya menekankan pentingnya hubungan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya. Teori pemangku kepentingan menyiratkan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan tidak hanya pemegang saham, tetapi juga berbagai pihak lain yang terpengaruh oleh atau mempengaruhi aktivitas perusahaan, seperti

aryawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan lingkungan. Dalam konteks ini, CSR menjadi alat yang penting bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pemangku kepentingan tersebut dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

2. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, untuk hipotesis *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan (H2) diterima. Sehingga dapat diketahui bahwa *Good Corporate Governance* mempengaruhi Nilai Perusahaan secara signifikan di suatu perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) adalah kerangka kerja yang mengatur cara perusahaan dijalankan dan diawasi. GCG menekankan transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan. GCG yang kuat membantu meningkatkan kepercayaan investor karena memberikan jaminan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan dan adil. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang memiliki struktur korporat yang kuat, pengawasan yang efektif dan pelaporan keuangan yang jelas. Dengan demikian, perusahaan dengan praktik GCG yang baik cenderung menarik minat investor dan dapat mendapatkan akses ke modal dengan biaya yang lebih rendah. Perusahaan dengan tata kelola yang baik cenderung menarik dan mempertahankan bakat terbaik. Karyawan cenderung merasa lebih percaya dan nyaman bekerja di lingkungan yang menerapkan praktik GCG yang baik, karena mereka tahu bahwa keputusan perusahaan

dibuat dengan transparan dan adil. Hal ini sejalan dengan penelitian (hadyarti & Mahsin), dan (Fana & Frena 2021)

Good Corporate Governance (GCG) memiliki pengaruh yang sangat besar pada perusahaan BUMN. Karena BUMN seringkali memiliki pengaruh besar dalam perekonomian dan masyarakat, praktik GCG yang baik sangat penting untuk memastikan bahwa mereka dijalankan secara transparan, akuntabel, adil, dan bertanggung jawab. Praktik GCG yang kuat membantu menghindari konflik kepentingan, korupsi, penyalahgunaan kekuasaan, dan kesalahan manajerial lainnya yang dapat merugikan kepentingan publik dan negara. Implementasi GCG yang baik juga dapat meningkatkan kinerja operasional, memperkuat kepercayaan investor, dan menjaga reputasi BUMN dalam jangka panjang.

Good Corporate Governance (GCG) adalah kerangka kerja yang dirancang untuk mengelola dan mengendalikan perusahaan dengan cara yang transparan, akuntabel, dan beretika, sehingga memastikan bahwa kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya dilindungi. Teori agensi juga berbicara tentang hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen yang bertindak atas nama mereka. GCG dapat dilihat sebagai alat untuk mengurangi konflik kepentingan antara prinsipal dan agen dengan menetapkan prinsip-prinsip yang jelas mengenai tata kelola perusahaan, termasuk transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan kewajiban fidusia. Implementasi yang baik dari prinsip-prinsip GCG dapat membantu memastikan bahwa keputusan manajemen sejalan

dengan kepentingan pemegang saham, mengurangi kesenjangan informasi antara pihak-pihak yang terlibat, dan meningkatkan kepercayaan antara perusahaan dan pemegang sahamnya.

Good Corporate Governance (GCG) dan teori legitimasi memiliki hubungan yang erat karena keduanya berfokus pada bagaimana perusahaan dapat memperoleh dan mempertahankan legitimasi mereka di mata pemangku kepentingan eksternal. GCG mencakup praktik-praktik yang dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan, akuntabel, dan beretika, sehingga memperkuat kepercayaan dan keyakinan pemangku kepentingan. Dalam konteks teori legitimasi, perusahaan diharapkan untuk beroperasi sesuai dengan harapan dan norma-norma yang diterima oleh masyarakat. Praktik-praktik GCG, seperti pembentukan dewan direksi independen, pengungkapan informasi yang tepat waktu dan akurat, serta keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan, membantu perusahaan memperoleh legitimasi dengan menunjukkan bahwa mereka beroperasi dengan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Good Corporate Governance (GCG) dan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) memiliki hubungan yang erat karena keduanya bertujuan untuk mempromosikan hubungan yang sehat antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya. GCG menekankan pentingnya tata kelola perusahaan yang baik melalui implementasi prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, kewajaran, dan keadilan. Prinsip-prinsip ini tidak hanya mengarah pada

perlindungan kepentingan pemegang saham, tetapi juga memperhatikan kepentingan dan hak-hak pemangku kepentingan lainnya, sesuai dengan teori pemangku kepentingan, Misalnya pembentukan dewan direksi Independen, pengungkapan informasi yang tepat Waktu dan akurat, serta partisipasi pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan adalah contoh praktik GCG yang juga memperhatikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan,

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, untuk hipotesis Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (H3) ditentukan, Sehingga dapat diketahui bahwa Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan secara berkualitas di suatu perusahaan. Ukuran perusahaan, baik itu dalam hal aset, pendapatan, atau kapitalisasi pasar, dapat memiliki kaitan dengan nilai perusahaan yang positif, meskipun tidak selalu demikian. Beberapa cara di mana ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan ke arah yang positif: perusahaan yang besar sering memiliki bisnis yang lebih beragam dan beroperasi di berbagai pasar atau industri. Diversifikasi ini dapat membantu mengurangi risiko bisnis karena perusahaan tidak sepenuhnya tergantung pada kinerja satu segmen atau pasar tertentu. Dengan demikian, ukuran yang lebih besar dapat meningkatkan stabilitas dan ketahanan perusahaan terhadap fluktuasi pasar. Perusahaan yang besar cenderung menarik minat investor karena ukuran dan skala operasional mereka, Investasi dari pemegang saham atau investor Institusional dapat membantu perusahaan memperoleh modal yang

diperlukan untuk pertumbuhan dan ekspansi, ini dapat memberikan dorongan tambahan terhadap nilai perusahaan. Reputasi yang kuat dan pengaruh yang signifikan dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif dalam negosiasi dengan pemasok, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Ini dapat membantu memperkuat posisi pasar dan nilai merek perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nablla and Wuryani 2021) uji parsial menunjukkan bahwa GCG dengan Indikator Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif signifikan, Komite Audit berpengaruh negatif signifikan, ukuran perusahaan terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan CSR tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* yang diproses melalui ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *good corporate governance* yang diproses melalui ukuran Dewan Komisaris, dan profitabilitas yang diproses melalui ROA, serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hidayat 2021).

Ukuran perusahaan dapat berpengaruh pada perusahaan BUMN meskipun tidak selalu menjadi faktor penentu. BUMN seringkali memiliki skala operasional yang besar karena mereka memiliki pengaruh signifikan dalam perekonomian suatu negara. BUMN bisa mencakup perusahaan besar dengan aset yang besar, pendapatan yang signifikan, dan jumlah karyawan yang banyak. Namun, ada juga

BUMN yang relatif lebih kecil dalam hal skala operasionalnya tergantung pada sektor dan jenis bisnisnya. Jadi, sementara banyak BUMN diklasifikasikan sebagai perusahaan besar, ukuran pastinya bervariasi tergantung pada sejumlah faktor seperti sektor industri, jangkauan geografis, dan kompleksitas operasional.

Ukuran perusahaan sering kali dikaitkan dengan teori agensi karena ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kompleksitas struktur keagenan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki struktur keagenan yang lebih kompleks karena adanya pembagian tugas dan tanggung jawab antara manajemen dan pemegang saham yang lebih banyak. Teori agensi memprediksi bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula potensi konflik keagenan antara pemegang saham dan manajemen, karena semakin sulit bagi pemegang saham untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan manajemen. Sebagai respons terhadap kompleksitas ini, pemegang saham mungkin perlu menggunakan mekanisme kontrol seperti komite direksi independen, peningkatan informasi yang lebih besar, atau insentif kinerja yang lebih terkait dengan nilai pemegang saham.

Ukuran perusahaan dapat memiliki hubungan dengan teori legitimasi dalam beberapa cara. Secara umum, teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan berusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan legitimasi mereka di mata masyarakat dengan mematuhi harapan dan norma-norma sosial yang berlaku. Hubungan antara ukuran perusahaan dan teori legitimasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Tingkat Pengawasan: Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk menanggapi dan mematuhi harapan dan norma-norma masyarakat. Mereka mungkin memiliki departemen khusus atau lebih banyak staf yang bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap standar etika dan tanggung jawab sosial.
- b. Pengaruh Stakeholder: Perusahaan besar memiliki jangkauan operasional yang lebih luas dan keterlibatan dengan lebih banyak pemangku kepentingan, seperti pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan investor. Oleh karena itu, mereka mungkin lebih diharapkan untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan memenuhi berbagai harapan dari berbagai pemangku kepentingan ini.
- c. Transparansi dan Pengungkapan: Perusahaan besar sering kali memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih lengkap dan terperinci tentang kegiatan mereka. Hal ini dapat termasuk pengungkapan tentang praktik-praktik CSR, dampak lingkungan dan finansial lainnya. Pengungkapan ini dapat membantu memperkuat legitimasi perusahaan di mata masyarakat dengan menunjukkan komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- d. Respon terhadap Kritik dan Keprihatinan Masyarakat: Perusahaan besar mungkin lebih rentan terhadap kritik dan kontroversi karena profil publik yang lebih tinggi dan dampak operasional yang lebih besar. Oleh karena itu, mereka harus secara aktif menanggapi masalah dan keprihatinan masyarakat untuk mempertahankan atau memulihkan legitimasi mereka.

Ukuran perusahaan dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan eksternalnya, sesuai dengan prinsip-prinsip teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*).

- a. **Jangkauan Pemangku Kepentingan:** Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki jangkauan operasional yang lebih luas dan keterlibatan dengan lebih banyak pemangku kepentingan. Hal ini dapat mencakup karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, dan berbagai organisasi non-pemerintah. Karena itu, perusahaan besar mungkin dihadapkan pada sejumlah pemangku kepentingan yang lebih besar dan beragam, dan perlu memperhatikan berbagai kepentingan ini dalam pengambilan keputusan.
- b. **Sumber Daya untuk Berinteraksi:** Perusahaan besar mungkin memiliki lebih banyak sumber daya, seperti personel, anggaran, dan infrastruktur, yang dapat digunakan untuk berinteraksi dengan berbagai pemangku kepentingan. Mereka dapat mendirikan departemen khusus atau inisiatif CSR untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan, menangani masalah-masalah yang muncul, dan memenuhi harapan mereka.
- c. **Pengaruh terhadap Lingkungan:** Perusahaan besar sering memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan fisik, sosial, dan ekonomi di mana mereka beroperasi. Oleh karena itu, mereka sering kali dituntut bertanggung jawab atas konsekuensi dari operasi mereka terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan.
- d. **Keterbukaan dan Transparansi:** Perusahaan besar mungkin diharapkan untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih lengkap dan

terpennd tentang keqlatan mereka epada pernanqku kepentingan, Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan dengan berbagai pernanqku kepentingan . serta memperoleh dukungan untuk inisiatif atau proyek tertentu.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022. Praktik CSR yang kuat dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR dengan baik cenderung membangun reputasi yang baik di mata konsumen, investor dan masyarakat umum, ini dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas pelanggan, dan dukungan investor, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan.
2. *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022. Praktik GCG yang baik memiliki dampak yang signifikan pada nilai perusahaan dengan meningkatkan kepercayaan investor, mengelola risiko, meningkatkan kinerja keuangan, menarik bakat terbaik, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan hukum. Perusahaan dengan GCG yang kuat cenderung mendapatkan minat investor yang lebih besar karena memberikan jaminan bahwa operasinya dilakukan secara transparan dan adil. Selain itu, GCG yang baik membantu perusahaan mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko dengan lebih efektif, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya kejadian yang merugikan.

3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022. Ukuran perusahaan, baik itu dalam hal aset, pendapatan, atau kapitalisasi pasar, dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar sendiri memiliki kemampuan dalam hal diversifikasi akses ke sumber daya, kemampuan untuk menarik investasi, keuntungan ekonomis, dan pengaruh yang lebih besar dalam industri dan masyarakat umum. Hal ini dapat membantu meningkatkan stabilitas, profitabilitas, reputasi, dan kemampuan perusahaan untuk bersaing.

B. Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Kinerja Lingkungan dan CSR terhadap Nilai Perusahaan *Corporate Social Responsibility* Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022 di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Sangat diharapkan penelitian berikutnya mengembangkan penelitian dengan menambah sampel untuk penelitian selanjutnya mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
2. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan sampel selain dari perusahaan BUMN di Indonesia tahun 2018-2022 yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia agar hasil yang diinginkan dapat lebih maksimal.
3. Keterbatasan dari penelitian ini adalah jumlah sampel yang dimasukkan hanya 10 dengan maksud untuk memudahkan proses

analisis data. Sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya agar disesuaikan dengan kriteria yang sebenarnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, Jumal, Oonlta Aufa Dina, Mentari Dwi Aristi, and Siti R0diah. 2020. "The Role of Good Corporate Governance in Moderating The Effects Of Profitability, Leverage, and Coirporate Social Responsibility on Firm Value." *Jumal Akuntansi & Ekonomika*. Vol. 10.
- Fana, Anak Agung Ayu Astari, and Gine Das Prena. 2021. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance Dan Kepernilkan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2020." *Jumal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis* 6 (2): 17-29. <https://doi.org/10.38043/jiab.v6i2.3168>.
- Hadyarti, Vidi, and Tubagus M Mahsin. n.d. "Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Good Corporate Governance (Gcg) Sebagai Indikator Dalam Menilai Nilai Perusahaan."
- Hidayat, Dhwan Fasya Nur. 2021. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 1-17.
- Hidayat, Dhwan Fasya Nur, and Farida. 2021. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology* 748-4.
- Keuangan, Dampak, Negara Atas, Implementasi, Studi Kasus, and P T Pin. 2018. "Masalah Keagenan Dan Kepemilikan Pemerintah Serta" 8: 696-717.
- Lestari, Nita Surya, and Ni Gusti Putu Wirawati. 2018. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Dengan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi." *E-Jurnal Akuntansi* 23: 1386. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/37555>
- Nabila, and Eni Wuryani. 2021. "Pengaruh GCG, Ukuran Perusahaan, Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal ttmu ~ompute'1 Ekanomi Dan Manajemen (JIKEM)* 1 (1): 74-87.
- Negara, Iwan Kusuma. 2019. "Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Indeks Saham-Kehati Yang Listed Di Bel)." <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i1.408>.
- Nurfauzlah, Farah Latifah, and Citra Kharisma Utami. 2021. "Pengaruh Pengungkapan Csr Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Sub Sektor Tekstil Dan Garmen." *Jumal Akuntansi* 15 (1): 42-70. <https://doi.org/10.25170/jak.v15i1.1619>.

Nuryana, Ida, and Elisabet Bhebehe. 2019. 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi.' *AFRE (Accounting and Financial Review)* 2 (2). <https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3261>.

Pasartbu, Melissa Astuti, and Swarmilah Hariani. 2022. 'Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.' *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 7 (2): 67-80. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i2.724>.

Pengaruh csr Dan Mekanisme Gcg Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Lela Nurtaela Wati Peran, Galang Raindo Syahdami Bono Prsnbud i, and Stie Muhamdnadyah Jakarta, 2019. "Jurnal Ecodemica, Vol. 3 No. 2 September 2019." *Jurnal Ecodemica* 3 (2).

Putra, Marchall Tondi Saulus, and I Gusti Ayu Made Asri Dija Putri. 2022. 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi.' *E-Jurnal Akuntansi* 32 (5): 1317. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i05.p15>.

Rarnadhanl, Suci. 2021. "Pengaruh Corporate Governance Perception Index Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan." *SYNERGY: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 1 (2): 45-52. <https://doi.org/10.52364/synergy.v1i2.6>.

Stumorang, Christina Verawaty, and Arthur Simanjuntak. 2019. 'Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.' *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi* 5 (2): 160. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i2.2694>.

Sri Ardani, Ni Ketuti and Luh Putu Mahyuni. 2020. Penerapan corporate Social Responsibility (CSR) Dan Manfaatnya Bagi Perusahaan." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17 (1): 12. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>.

Tarmadi Putri, Kezia Abigail, and Liongicasia Mardenia. 2019. 'Pengaruh Gcg Csr, Profitabilitas Dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.' *Jurnal Wahana Akuntansi* 14 (2): 155-159. <https://doi.org/10.21009/wahana.14024>.

Wahid, Ardila Hil and Muhsin N Balusy. 2020. 'Pengaruh Return On Assets (Roa) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Good Corporate Governance (Gcg) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei).' Vol. 8.

LAMPIRAN



Lampiran 1 Tabel Daftar perusahaan BUMN di Indonesia tahun 201 s-2022.

No	Kode	Nama Perusahaan
1	PPLN	PT PLN
2	JSMR	PT Jasa Marga (Persero) Tbk
3	WIKAA	PT Wijaya Karya (Persero) Tbk
4	ADHI	PT Adhi Karya (Persero) Tbk
5	WSKT	PT Waskita Karya (Persero) Tbk
6	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
7	BBR	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
8	BMR	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
9	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
10	PQST	PT Pos Indonesia (Persero) Tbk

Lampiran 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
No. of Parameters	Mean	50
	Std. Deviation	.1079179
Test Extreme Differences	Absolute	1.73117761
	Positive	.090
	Negative	.058
Test Statistic		.1150
Asymptotic Significance (2-tailed)		.090
		Z(0) =
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.436	5.158		9.685	.003
	CSR	.167	.116	.325	3.207	.002
	GCG	.131	.0918	.322	2.463	.001
	Ukuran Perusahaan	.657	.115	.608	5.989	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.726	1.376
	GCG	.941	1.062
	Ukuran Perusahaan	.696	1.438

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 5 Hasil Uji Autokorelasi & Uji R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.711a	.714	.707	2.312	2.197

a. Predictors: (Constant), ukuran Perusahaan, GCG, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda & Uji T

Coefficients-							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan	
	B	Sid. Error	Beta				
1	(Constant)	14.436	5.958		9.685	.003	Diterima
	CSR (X1)	.167	.110	.325	3.207	.002	Diterima
	GCG (X2)	.130	.918	.322	2.463	.001	Diterima
	Ukuran Perusahaan (X3)	.657	.115	.608	5.989	.000	Diterima

a. Dependent variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 7 Tabulasi Data

X1 CSR

Kode Perusahaan	Tahun	CSR	X1
PPLN	2018	1	0,02
	2019	1	0,02
	2020	1	0,02
	2021	1	0,02
	2022	1	0,02
JSMR	2018	1	0,02
	2019	1	0,02
	2020	1	0,02
	2021	1	0,02
	2022	1	0,02
WIKAA	2018	1	0,02

	2019	1	0,02
	2020	1	0,02
	2021	1	0,02
	2022	1	0,02

	2018	1	0,02
	2019	1	0,02
ADHI	2020	1	0,02
	2021	1	0,02
	2022	1	0,02

	2018	1	0,02
	2019	1	0,02
WSKT	2020	1	0,02
	2021	1	0,02
	2022	1	0,02

	2018	1	0,02
	2019	1	0,02
B8TN	2020	1	0,02
	2021	1	0,02
	2022	1	0,02

	2018	1	0,02
BBRI	2019	1	0,02
	2020	1	0,02

	2021	1	0,02
	2022	1	002
BMRI	2018	1	0,02
	2019	1	0,02
	2020	1	0,02
	2021	1	Q,Q2
	2022	1	Q,Q2
	BBNI	2018	1
2019		1	0,2
2020		1	Q,2
2021		1	0,2
2022		1	002
POST		2018	1
	2019	1	0,02
	2020	1	0,02
	2021	1	Q,Q2
	2022	1	Q,Q2

X2 GCG

Kode Perusahaan		Tahun	Good Corporate Governance Komite Audit		KA
			Jumlah anggota komite audit	Jumlah anggota komite audit	
PPLN	2018	1	5		Q,20
	2019	1	5		020

	2020	1	5	0,20
	2021	1	5	Q,2Q
	2022	1	4	0,25
JSMR	2018	1	5	Q,2Q
	2019	1	5	Q,2Q
	2020	1	3	0,33
	2021	1	3	0,33
	2022	1	3	0,33
WIKAA	2018	1	7	0,14
	2019	1	4	0,25
	2020	1	2	Q,50
	2021	1	2	Q,5Q
	2022	1	2	Q,50
AOHi	2018	1	3	0,33
	2019	1	2	Q,50
	2020	1	2	Q,5Q
	2021	1	2	0,50
	2022	1	2	Q,5Q
WSKT	2018	1	3	0,33
	2019	1	2	0,50
	2020	1	2	0,50
	2021	1	3	0,33

	2022	2	6	0,33
	2018	Q	5	Q4Q
	2019	Q	2	1,00
BBTN	2020	Q	3	0,67
	2021	Q	2	1,00
	2022	Q	4	Q,5Q
	2018	4	10	Q,4Q
	2019	2	5	0,33
BBRI	2020	2	7	0,29
	2021	1	2	0,50
	2022	2	7	0,29
	2018	2	4	Q,5Q
	2019	2	4	Q,50
BMRI	2020	2	4	Q,5Q
	2021	2	4	Q,50
	2022	2	4	Q,5Q
	2018	1	3	0,33
	2019	1	3	0,33
BBNI	2020	2	4	Q,50
	2021	2	4	0,50
	2022	2	4	0,50
POST	2018	1	3	0,33

	2019	1	3	0,33
	2020	1	2	0,50
	2021	1	2	0,50
	2022	1	2	0,50

X3 Ukuran Perusahaan

Kode Perusahaan	Tahun	Total Aset	X3
PPLN	2018	Rp 1.492.488.000	21,12
	2019	Rp 1.585.055.000	21,18
	2020	Rp 1.589.059.000	21,19
	2021	Rp 1.358.943.000	21,03
	2022	Rp 1.361.618.000	21,03
JSMR	2018	Rp 82419.000.000	25,14
	2019	Rp 99.680.000.000	25,33
	2020	Rp 104.087.000.000	25,37
	2021	Rp 101.243.000.000	25,34
	2022	Rp 91.139.000.000	25,24
WIKAA	2018	Rp 59.230.001.239	24,80
	2019	Rp 62.110.847	17,94
	2020	Rp 68.109.185	18,04
	2021	Rp 69.390.000	18,06
	2022	Rp 48.605.393.573	24,61
ADHI	2018	Rp 25.209.001.000.949	30,86

	2019	Rp 32.580.744.231 .117	31,11
	2020	Rp 24.830.000.000	23,94
	2021	Rp 25.840.000.000	23,98
	2022	Rp 25.917.000.000	23,98
WSKT	2018	Rp 429.009.290	19,88
	2019	Rp 5.050.327.000	22,34
	2020	Rp 5.290.000.000	22,39
	2021	Rp 5.656.115.000	22,46
	2022	Rp 9.823.232.000	23,01
BBTN	2018	Rp 288.173.171	19,48
	2019	Rp 288.173.171	19,48
	2020	Rp 334.200.414	19,63
	2021	Rp 371.868.311	
	2022	Rp 2.982.800.000	21,82
BRI	2018	Rp 1.296.900.000	20,98
	2019	Rp 1.416.800.000	21,07
	2020	Rp 1.511.810.000	21,14
	2021	Rp 1.678.100.000	21,24
	2022	Rp 1.678.100.000	21,24
BMRI	2018	Rp 1.503.044.000	21,13
	2019	Rp 2.041.499.000	21,44
	2020	Rp 3.851.841.000	22,07

		Rp		
	2021	3.225.317.000		21,89
		Rp		
	2022	4.133.923.766		22,14
		Rp		
	2018	6.676.286		15,71
		Rp		
	2019	6.753.573		15,73
		Rp		
B8NI	2020	6.669.996		15,71
		Rp		
	2021	5.753.573		15,73
		Rp		
	2022	6.753.573		15,73
		Rp		
	2018	8.830.525.229.074		29,81
		Rp		
	2019	9.446.085.545.042		29,81
		Rp		
POST	2020	912.796.000		20,63
		Rp		
	2021	9.690.000.000		22,99
		Rp		
	2022	11.150.000.000		23,13

V Nilai Perusahaan

Kode Perusahaan	Tahun	Harqa Saham	Lab a per saham	y
PPLN	2018	Rp 16.000	105332	0,15
	2019	Rp 13.900	37516	037
	2020	Rp 14.200	48439	029
	2021	Rp 850	57	14,91
	2022	Rp 620	45	13,48
JSMR	2018	Rp 4.280	303,48	14,10
	2019	Rp 5.175	304	17,02
	2020	Rp 4.630	69,04	67,06

	2021	Rp	3.890	222,6	17,48
	2022	Rp	2.980	378,5	7,87
	2018	Rp	1.655	193,2	8,57
	2019	Rp	1.990	254,74	7,81
WIKAA	2020	Rp	1.985	20,71	95,85
	2021	Rp	1.105	13,12	84,22
	2022	Rp	810	6,64	121,99
	2018	Rp	1.390	181	768
	2019	Rp	1.167	186	6,27
ADHI	2020	Rp	1.157	186	6,27
	2021	Rp	895	16	55,94
	2022	Rp	484	13	37,23
	2018	Rp	202	100,945	2,00
	2019	Rp	202	41,895	4,82
WSKT	2020	Rp	202	14,644	13,79
	2021	Rp	202	4,496	44,93
	2022	Rp	202	4000	0,05
	2018	Rp	1.600	265	6,04
	2019	Rp	2.120	20	106,00
B8TN	2020	Rp	1.725	151	11,42
	2021	Rp	2.501	224	11,17
	2022	Rp	937	288	3,25

BBRI	2018	Rp	3.660	1200	3,05
	2019	Rp	3.660	1200	3,05
	2020	Rp	4.170	2500	1,67
	2021	Rp	4.110	2300	1,79
	2022	Rp	4.940	3000	1,65
	BMRI	2018	Rp	1.200	218
2019		Rp	1.228	221	5,56
2020		Rp	1.300	321	4,05
2021		Rp	5.760	605	9,52
2022		Rp	5.760	605	9,52
BBNI		2018	Rp	10.175	344
	2019	Rp	10.175	344	29,58
	2020	Rp	3.160	125	25,28
	2021	Rp	3.160	123	25,69
	2022	Rp	7.000	234	29,91
	POST	2018	Rp	316	265,354
2019		Rp	314	264,183	1,19
2020		Rp	346	759,644	0,46
2021		Rp	345	1295,637	0,27
2022		Rp	346	1429,311	0,24

Lampiran 8 Dokumentasi Pengambilan data



Lampiran 9 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 2/S/05/A.2- II/III/45 02 Makassar, 26 Maret 2022

Lamp

HI : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Rektor LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

J-

mpat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Putri Amelia Sudirman

NIM : 105711207.20

Jurusan : Akuntansi

Judul Penelitian : Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance dan ukurannya terhadap kinerja perusahaan (2018-2022)

Dimohonkannya agar dapat diterbitkan izin untuk melakukan penelitian sesuai keperluan mahasiswa tersebut.

Demikian permohonan kami sampaikan. Atas perhatian dan bantuan yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si

Tembusan:

1. Rector's Office
2. Arsip

Lampiran 10 surat balasan penelitian



Makassar, 20 April 2024
11 Syawal 1445 H

Nomor 073/G 1-UII / 51202
J n n a

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Tempat
Assalamu'alaikum Wr Wb

Sehubungan dengan dari Lembaga Penelitian Pengembangan D n
Pengabdian Kepada Masyarakat, Nomor 3984/05/C.4-VIII/III/1445/2024. a
bersama ini disampaikan, hal-hal sebagai berikut:

1. Bahwa Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar bersedia untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian:

Nama : Putri Amelia Sudirmana
Stambuk : 105731120720
Program Studi : Akuntansi
Judul Penelitian : "Pengaruh Corporate Responsibility, Corporate Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Per Trading d BE a peneli i diw ji an mbuka
2018-2022)"

2. Ag r mana RDN d GI BE U i muh Makassar L mak

Demi n ..w.ru.n mi. atasDQlna1Jan d n kerjasamanya diucapkan terima kasih

Fa.s ul khaerat,

Pembina
Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar

Dr. A. Ifayani Haanurat, M.M.
NBM: 857 606

Lampiran 11 Validasi Data



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA
 Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra Lt. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA	PUTRI AMELIA SUDIRMAN		
NIM	105731120720		
PROGRAM STUDI	AKUNTANSI		
JUDUL SKRIPS	PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GOOD CORPORATE GOVERNANCE PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA BUMN 2018-2022 (STUDI ...-SUS)		
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. Amril Arifin, SE., M.Si., Ak., CA		
NAMA PEMBIMBING 2	Muhammad Khaedar Sahib, SE., M.Ak		
NAMA VALIDATOR	Sri Andayaningsih, SE., M.M		
No	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf
1		Penulisan dan format penulisan	
2	04/05/24	Sumber data (data sekunder) Raw data/Tabel (Screenshot)	
3	04/05/24	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Hasil Uji Asumsi Statistik	
4	04/05/24	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	
5	04/05/24	Hasil interpretasi data	
6	04/05/24	kesimpulan	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah di

Lampiran 6 Tumitin



S PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp (0411) 866972,881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Menerangkan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menuliskan sumber referensi yang digunakan dalam penulisan tugas akhir tersebut.

Nama : Liriana Stnlinnan
NPM : 1057111201720
Program Studi : Akuntansi

Demikian

No	Bab	Nilai 10 %	Ambang Batas 10 %
1	Bab 1	19 %	25 %
2	Bab 2	10 %	ES %
3	Bab 3	10 %	1 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	2 %	5 %

Dinyatakan telah bebas plagiat yang didaftarkan di UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar menggunakan aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 17 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua UPT-Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Putri AmeLa Sudirman

10731120720 BAS 1



byTahap Tutup

Submission date: 16-May-2024 02:51 PM (UTC+Q700)

Submission ID: 23Bi0866CIS9

Filename: BAB '20-05' 16T155136iS35.docx (18,071)

Word count: 1256

Character count: 8690

Putri Amelia Sudirman 105731120720 BAB I

ORIGINALITY REPORT

100% LULUS 0%
SIMILARITY INDEX INTEF

1%
PUBLICATIONS

3%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	et Source	5%
2	Submitted to Universitas egerl Jakarta Student Paper	1%
3	Submitted to unversitas Muhammadiyah Makassar Student Paper	1%
4	docplayr.info Internet Source	1%
5	jurnalrnahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	1%
6	pt,scribd.com Internet Source	1%
7	repository.unpad.ac.id Internet Source	1%

Exclude bibliography

Exclude bibliography Of

Exclude matches Or

Putri Amelia Sudiran
IQ5731120720 BAB II

by Tahap Tutup



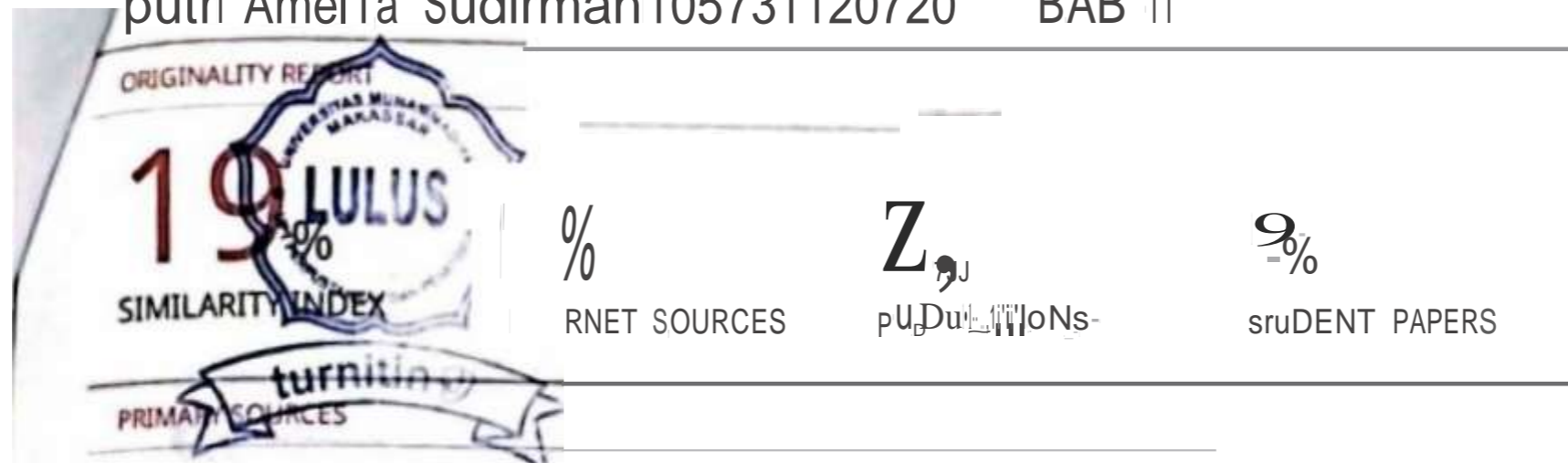
submission date: 13-05-2024 05:35:10 (UTC+0700)

Submission ID: 23781711 es

Filename: BAB II PUTRI..AMELIA..SUDIRAN..(97-94K)

Word count: 5988

Character count: 42879



1	core.ac.uk Internet Source	4%
2	ejournal.impenuminslitute.orq Internet Source	3%
3	Jmm.unramiac.edu Internet Source	2%
4	repository.trisakti.ac.id Internet Source	2%
II	submitted to iGroup Student Paper	2%
6	journal.undiknas.ac.id Internet Source	2%
II	ummaspul-e-journalid Internet Source	2%
8	hery-susilo.blogspot.com Internet Source	2%

Putri Amelia Sucirman

10.731120720

AB II

by Tahap Tutup



Submitted on: 16 May 2024 02:52PM (UTC -0700)

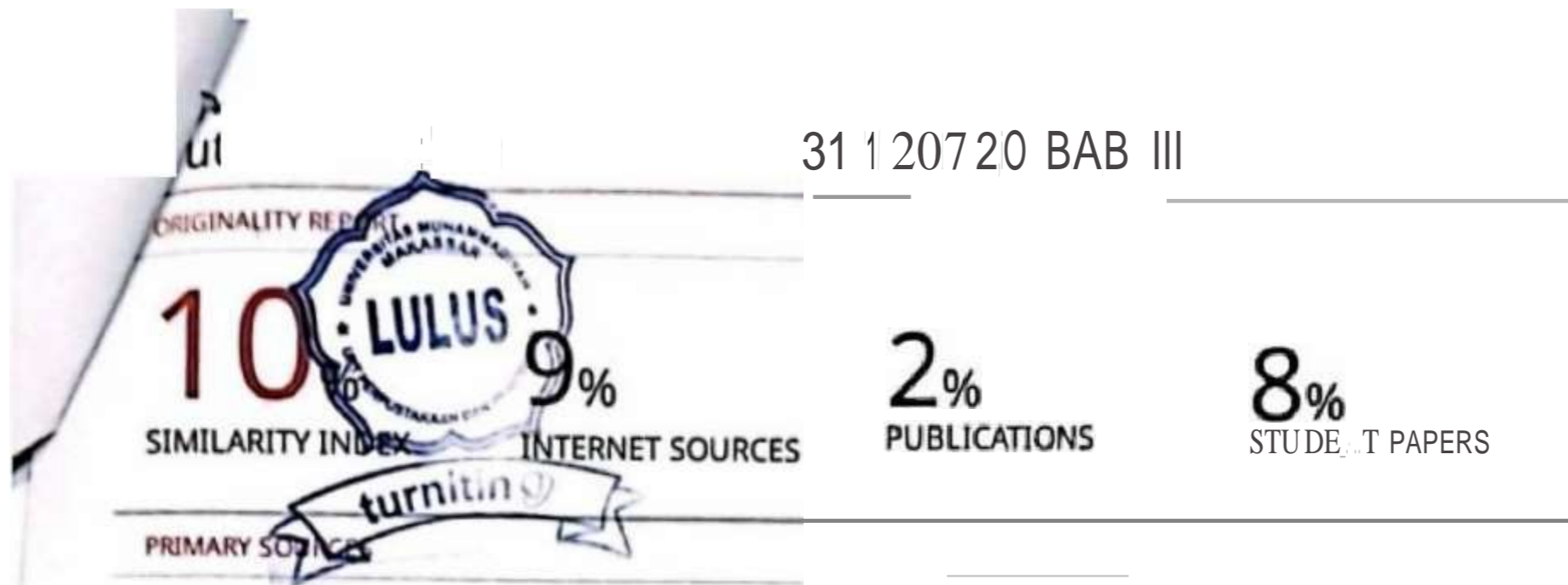
Submission ID: 2380866302

File Name: BAB_III_2024-01-161155147-7.23.docx (190.1 KB)

Order Count: 002

Classification: 6643

31 1 207 20 BAB III



1	Submitted to Unlversitas Muhamrnadlyah Makassar	6%
	Student Paper	
2	www,scilit net Inlen, et So H:	2%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan tinggi fndonesta Jawa Timur student Paper	2%

Exclude quotes
Exclude bibliography



Exclude matches

Putri Amelia Sudirman
105731120720 BAB V



Submission data: 15 May-2024 01:11PM (UTC +0700)
Submission ID: 2380S66793
Filename: BAB_IV_2022-05-16T15:21:11.844.docx (277JJ2K)
Word count: 3306
Character count: 21636



STUDENT PAPERS

2%



kppu.go, id
Internet Source

Perbimbing I



ejournals.umn.ac id
Internet Source



repositori.uin-alauddin.ac.id
Internet Source

1%



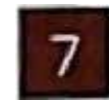
Submitted to Universitas Putera Batam
Student Paper

1%



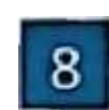
Submitted to Delaware Military Academy
Student Paper

<1%



Submitted to Universitas Tidar
Student Paper

<1%



journal.feb.unrnul.ac, id
Internet Source

<1%



repository, trisakti, ac. id
Internet Source

<1%



www.stuffspec.com

Internet Source



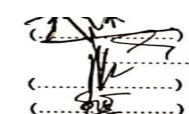
e-jurnal.unltda.ac.id

Internet Source



Rua RestiPratiwi, Kurniawan kurniawan
"Pengaruh Real Earnings Management dan
Corporate Governance Terhadap Corporate
Environment Disclosure". STATERA: jurna
Akuntansi dan Keuangan, 2020

Publication



lpprn.unparn.ac.id

Internet Source



text-1d.123dok.com

Internet Source



www.scribd.com

Internet Source



daruelsaphanus.wordpress.com

Internet Source

Dr. H. Andi Jaman, S.E., M.Si
NPM: 651 517



docplayer.info

Internet Source

<1%



www.researchgate.net

Internet Source

<1%



lib.unnes.ac.id

Internet Source

<1%

4:1

Putri Amelia Sudirman

105731120720 AB V



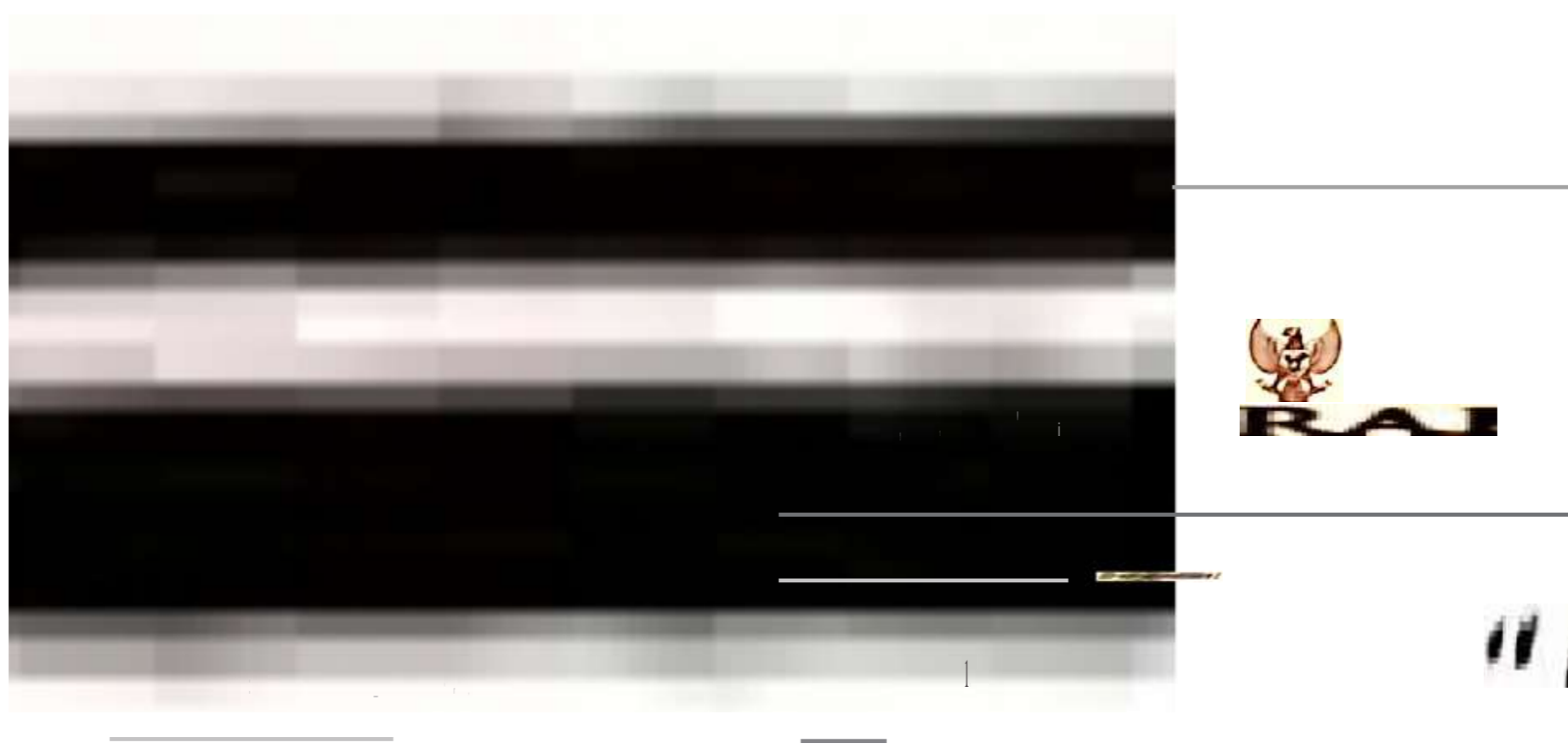
Submission date: 6-May-2024 02:54:PM (UTC+0700)

Submission ID: 2380867014

File name: BAB_V_-_2024..05-16T155329.988.docx (15.32K)

Word Count: 504

Character count: 3310



Exclude quotes
Exclude bibliography or

Exclude matches



BIOGRAFI PENULIS



Putri Amelia Sudirman, panggilan Putri. Lahir di Pinrang Kecamatan Watang Saitto Kabupaten Pinrang pada tanggal 18 Juli 2002 dari pasangan suarni istri Bapak Sudirman Amin dan Ibu Hj Elio Santiago. Peneliti adalah anak keempat dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jln. Wijaya Kusuma Bantabantaeng Kota Makassar. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliff yaitu SD Inpres Bertingkat Pinrang lulus pada tahun 2013, SMPS PPM Rahmatul Asri Enrekang lulus pada tahun 2017, SMAS PPM Rahmatul Asri Enrekang lulus pada tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Proqram S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.

