

SKRIPSI

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI

IRNA DEVIYANTI

1057 20425613



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MAHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2018

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI

IRNA DEVIYANTI

1057 20425613

Diajukan Sebagai Salah-Satu Persyaratan Guna Mencapai Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Muhammadiyah Makassar

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MAHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2018

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, terimakasih atas cinta, perjuangan, dan doanya selama ini sehingga anakmu bisa hidup dengan baik dan penuh suka cita.
2. Keluarga besar H. Murdiman dan Hj. Suriati, terimakasih sudah memberikan kepercayaan bahwa saya bisa meraih impian terbesar dalam hidup saya.
3. Saudara saya Irma Damayanti, Indra Setiadi, dan Idzhariadi terima kasih sudah mendukung saya dalam meraih gelar pendidikan S1
4. Teman-teman seperjuangan, terima kasih sudah menjadi saudara di tanah rantau. Bersama melewati suka dan duka dalam perantauan mencari ilmu.

MOTTO

”Kejarlah ilmu bukan nilai, Kejarlah skill bukan gelar, Karena agama meninggikan derajat orang berilmu bukan bergelar.”

Irna Deviyanti



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 860 837

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI"

Nama Mahasiswa : Irna Deviyanti

No Stambuk : 105720425613

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada Hari Jumat tanggal 8 Februari 2019.

Makassar, 08 Februari 2019

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Sultan Sarda, SE., MM
NBM : 1030311

Samsul Rizal, SE., MM
NBM : 947998

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Manajemen



Ismail Rasulong., SE.MM
NBM:903 078

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 860 837

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama IRNA DEVIYANTI, NIM : 105720425613, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0013/2018 M, tanggal 18 Dzulhijjah 1439 H / 30 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

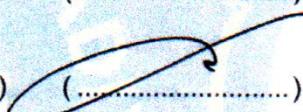
03 Jumadil Akhir 1440 H

Makassar,

08 Februari 2019 M

Panitia ujian :

Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM 
(Rektor Unismuh Makassar) (.....)

Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM 
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)

Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM 
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)

Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, SE., MM 
2. Samsul Rizal, SE., MM. 
3. Aulia, S.IP., MM. 
4. Hj. Nurinayah, ST., MM. 

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903 078



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 gedungiqra Lt. 7 Tel.(0411) 866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **IRNA DEVIYANTI**
Stambuk : 105720452613
Program studi : Manajemen
Dengan Judul : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI.**

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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pertanyaan ini tidak benar dan telah diujikan pada tanggal 08 Februari 2019.

Makassar, 08 Februari 2019

Yang Membuat Pernyataan



Diketahui oleh



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903078

Ketua
Program Studi Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM : 1085576

ABSTRAK

Irna Deviyanti. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI. (Dibimbing Oleh Sultan Sarda dan Samsul Rizal).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI.

Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari idx.com dan website resmi perusahaan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Populasinya adalah seluruh Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI sejumlah 41 Perusahaan. Sedangkan sampel yang diambil berjumlah 10 sampel. Keseluruhan sampel tersebut telah diuji Asumsi Klasik berupa Asumsi Normalitas, Multikolinieritas dan Heterokedastisitasnya, Metode analisis data menggunakan teknik Regresi Berganda.

Hasil penelitian Menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima karena hasil hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

Irna Deviyanti. The Influence of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on Company Values in Mining Companies Registered on the BEI. (Supervised by Sultan Sarda and Samsul Rizal).

This study aims to determine whether Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance affect the Company's Value in Mining Companies Registered on the BEI

Data collection uses secondary data obtained from idx.com and the company's official website using the Purposive Sampling technique. The population is all Mining Companies listed on the BEI in the amount of 41 Companies. While the samples taken were 10 samples. The entire sample has been tested for Classic Assumptions in the form of Assumptions of Normality, Multicollinearity and Heterocedasticity, Data analysis methods using Multiple Regression techniques.

The results of the study showed that the proposed hypothesis was accepted because the results of the hypothesis showed that Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance had a significant effect on the Value of the Company.

Notes : *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Value of
The Company

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum wr.wb

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas Hidayah-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan **Judul Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar DI BEI.**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulisan Skirpsi ini dapat terwujud atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah tulus ikhlas member sumbangan berupa pikiran, motivasi dan nasihat. Untuk semua itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua Orangtua penulis, Ibundaku Hj. Suriati Lading dan Ayahandaku H. Murdiman Idris yang telah membesarkan dan mendidik penulis secara ikhlas serta memberikan motivasi dan do'a yang tida henti-hentinya.

Dan Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim S.E, M.M selaku Rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Bapak Ismail Rasulong, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nur Rasyid, S.E, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak M. Hidayat, S.E, M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Bapak Drs. Sultan Sarda, S.E, M.M sebagai Pembimbing I, di tengah kesibukan yang begitu padat selaku tenaga pengajar dan kesibukan dalam keluarga dan berbagai kesibukan lainnya tapi beliau masih sempat meluangkan waktunya untuk membimbing penulis secara intensif ,mengoreksi naskah skripsi serta mendorong agar penulis dapat menyelesaikan studi dengan cepat.penghargaan yang sangat tinggi kepada beliau atas keteladanan yang diberikan baik sebagai pribadi maupun sebagai pembimbing.
6. Bapak Samsul Rizal, S.E, M.M masih selaku pembimbing II di tengah kesibukan yang begitu padat selaku tenaga pengajar dan kesibukan dalam keluarga dan berbagai kesibukan lainnya tapi beliau masih sempat meluangkan waktunya untuk membimbing penulis secara intensif ,mengoreksi naskah skripsi serta mendorong agar penulis dapat menyelesaikan studi dengan cepat.penghargaan yang sangat tinggi kepada beliau atas keteladanan yang diberikan baik sebagai pribadi maupun sebagai pembimbing.

7. Bapak dan Ibu dosen/asisten dosen program study Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Sahabat – sahabatku Mustakina Sulaeman, Putri Damayanti Tamsil, Muh. Adam Malik, Suhartina, Akramullah, Ilham Azis. Serta Adinda Alwindah Nurul Tiara Lestari dan Muh.Jibran Nidhal Fikri yang membantu dalam proses belajar sampai penyelesaian penulisan ini.
Akhirnya penulis memohon kehadiran Allah S.W.T, agar senantiasa melimpahkan Rahman dan Rahim-nya kepada kita semua, Aamiin.

Makassar, Oktober 2018

IRNA DEVIYANTI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATAPENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTARTABEL	xiii
DAFTARGAMBAR	xiii
DAFTARLAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Konsep dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	9
1. Pengertian Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Sosial Responsibility / CSR)	9
2. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	13
3. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).....	16
B. Konsep <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	18
1. Pengertian <i>Good corporate governance</i>	18
2. Prinsip-prinsip <i>Good corporate governance</i>	19
C. Nilai Perusahaan.....	22
D. Penelitian Terdahulu	25
E. Kerangka Konseptual	26
F. Hipotesis.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat dan Waktu	29

C. Populasi dan Sampel	29
D. Jenis dan Sumber Data	31
E. Defenisi Operasionan dan Pengukuran Variabel	31
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	31
2. <i>Good Corporate Governance</i>	32
3. Nilai Perusahaan	33
F. Metode Analisis	33
1. Statistik Deskriptif	33
2. Uji Asumsi Klasik.....	34
3. Uji Hipotesis	36
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
1. Gambaran Umum Perusahaan	38
2. Deskriptif Data dan Variabel Penelitian.....	45
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
B. Pembahasan.....	56
1. Analisis Statistik Deskriptif	56
2. Analisis Regresi	57
C. Hasil Uji Hipotesis	59
1. Koefesien Determinasi	59
2. Analisis Uji Simultan f.....	60
3. Analisis Uji Parsial t	61
D. Interpretasi Hasil Penelitian	63
BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
2. Tabel 3.1 Daftar Perusahaan Sample Penelitian	30
3. Tabel 4.1 Deskriptif data <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
4. Tabel 4.2 Deskriptif data <i>Good Corporate Governance</i>	48
5. Tabel 4.3 Deskriptif data Nilai Perusahaan	50
6. Tabel 4.4 Uji Normalitas	52
7. Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas	53
8. Tabel 4.6 Uji Multikolonieritas	55
9. Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif	56
10. Tabel 4.8 Analisis Regresi	57
11. Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi	59
12. Tabel 4.1.1 Analisis Uji Simultan F	61
13. Tabel 4.1.2 Analisis Uji Parsial T	62

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	60
2. Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permasalahan sosial merupakan suatu gejala atau fenomena yang muncul dalam realitas kehidupan bermasyarakat. Menurut Marti S. Winberg, masalah sosial adalah situasi yang dinyatakan sebagai sesuatu yang bertentangan dengan nilai-nilai oleh warga masyarakat yang cukup signifikan, dimana mereka sepakat dibutuhkannya suatu tindakan untuk mengubah situasi tersebut. Permasalahan sosial merupakan substansi yang kompleks karena masalah sosial terkait dengan kepentingan berbagai pihak yang saling berhubungan. Masalah sosial saat ini menjadi sorotan berbagai pihak adalah munculnya isu tanggung jawab sosial dan kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Menurut Heard dan Bolce (Sueb, 2001), sebelumnya masyarakat memandang perusahaan hanya bertanggung jawab dalam penyediaan barang dan jasa, lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun tuntutan masyarakat secara drastic telah berubah, ketika lingkungan hidup semakin rusak dan tidak sehat, sumber-sumber alam semakin menipis, serta pembagian pendapatan semakin timpang. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah.

Tanggung jawab sosial merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab berpijak pada satu sisi yang direfleksikan pada kondisi keuangannya saja tetapi harus memperhatikan aspek masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan.

Admin Widjaja Tunggal merumuskan defenisi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, pengambilan keputusan dan melaksanakan tindakan yang memberi manfaat bagi masyarakat (Tunggal, 2008).

Pentingnya diterapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis kepada para pemegang saham untuk mendapatkan *profit* yang besar, tetapi perusahaan juga harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap pemegang saham di lingkungan tempat perusahaan melakukan aktivitasnya.

Di Indonesia *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai di terapkan dan menjadi kesadaran perusahaan untuk menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan, telah di atur dalam UU Perseroan terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang menjelaskan bahwa Perseroan/perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan maka pelanggan akan semakin banyak hingga mengakibatkan penjualan semakin meningkat. Meningkatnya *Profit* pada perusahaan juga akan meningkatkan

nilai perusahaan oleh karena itu peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yang dilihat dari banyaknya pelanggan dan juga penjualan meningkat dengan aktivitas sosial di lingkungan masyarakat (Rimba, 2010 ; Permanasari , 2010 ; Handoko, 2010).

Di tengah persaingan global yang semakin ketat, perusahaan berlomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sector untuk menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar (investor) percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan sebelumnya. Salah satu faktor yang mendukung peningkatan nilai perusahaan adalah dengan diterapkannya *good corporate governance* (GCG) ke dalam mekanisme perusahaan. Dalam memasuki zaman yang serba bebas dengan sistem ekonomi yang bebas dan terbuka dibutuhkan pengelolaan perusahaan yang lebih kompleks, yang berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan praktik tata kelola usaha yang baik (*Good Corporate Governance*) untuk memastikan bahwa manajemen berjalan dengan baik. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan menumbuhkan keyakinan pihak-pihak eksternal dan memperoleh kepercayaan dari pasar.

Dalam konteks sempit, tiga pemangku kepentingan yang membantu berlakunya *Good Corporate Governance* adalah Dewan Direksi, Dewan Komisaris dan Pemegang Saham. Masalah muncul karena adanya pemisah antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dengan pengelola perusahaan (dewan direksi). Awalnya hal ini dilakukan agar perusahaan dikelola oleh tenaga-tenaga profesional. Tetapi pelaksanaannya, dewan direksi memiliki kekuasaan untuk memaksimalkan laba yang mengarah pada proses memaksimalkan kepentingan perusahaan sendiri dengan biaya yang harus ditanggung oleh pemegang saham. Untuk itu diperlukan dewan komisaris sebagai pengawas yang menyelaraskan tata kelola. Inti dari konsep *Good Corporate Governance* adalah Dewan Komisaris yang menjalankan fungsi pengawasan sehingga akan meminimalkan tindakan penyalahgunaan wewenang oleh Dewan Direksi.

Dua hal yang ditekankan dalam dalam konsep *Good Corporate Governance*. Pertama, Pemegang saham berhak mendapat informasi dengan benar (akurat) dan tepat pada waktunya. Kedua, Perusahaan wajib melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat waktu, dan transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *Stakeholder*.

Good Corporate Governance atau tata kelola perusahaan yang baik membantu terciptanya hubungan yang kondusif dan dapat di pertanggungjawabkan antara elemen dan perusahaan (Dewan komisaris, komisaris independen, dewan direksi, komite audit, dan para pemegang

saham) dan dalam rangka meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Dalam paradigma ini, dewan komisaris berada di posisi untuk memastikan bahwa manajemen telah benar-benar bekerja untuk kepentingan perusahaan sesuatu strategi yang telah ditetapkan serta menjaga kepentingan para pemegang saham yaitu untuk meningkatkan nilai ekonomis perusahaan (Alhamdi,2012).

Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan price to book value. Peningkatan nilai Perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi membuat pasar (investor) percaya dan tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Dengan ini investor yang dinilai tinggi. Hal ini juga yang menjadi keinginan setiap pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Deborah (2015), dalam penelitiannya mengkaji mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang diteliti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan Prawira (2015), dalam penelitiannya mengkaji mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Real Estate dan Property pada BEI 2011-2013, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* pada perusahaan Real Estate dan Property secara

parsial maupun simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan .

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Deborah (2015) dan Prawira (2015) terletak pada variabel yang pernah diteliti kembali yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai variabel bebas dan Nilai Perusahaan sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan kebenaran teori tersebut apakah masih layak atau tidak.

Penggunaan industri pertambangan sebagai objek dalam penelitian ini dikarenakan industri pertambangan termasuk dalam industri high profile yang memiliki visibilitas dari stakeholder, risiko politis yang tinggi, dan menghadapi persaingan yang tinggi. Industri high profile umumnya merupakan industri yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas (stakeholder) dan masyarakat.

Dari uraian di atas peneliti mencoba untuk menemukan apakah terdapat **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia**. Penelitian ini dilakukakan dan didukung dengan data-data keuangan terbaru yaitu tahun 2012-2014. Dengan data keuangan terbaru, diharapkan dengan data yang digunakan dalam penelitian dapat mewakili kondisi factual perusahaan yang diteliti.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang hendak di teliti dalam penelitian ini adalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh secara Simultan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris, antara lain :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* secara simultan terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat

Manfaat teoritis :

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam memperkaya wawasan mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* serta pengaruhnya bagi nilai perusahaan.

Manfaat Praktis :

1. Bagi bidang akademik, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dan pengaruhnya bagi nilai perusahaan.
2. Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pikiran tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan.
3. Bagi peneliti lainnya sebagai bahan masukan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Corporate Social Responsibility* (CSR) / Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. Corporate Sosial Responsibility / (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Priyanto, 2008). CSR dalam pengertian sempit dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat ahli yang diuraikan sebagai berikut :

- a. CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup (*sustainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), yaitu merupakan komitmen perseroan untuk berperan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Aktivitas CSR dimaksud harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan,

mislanya keuntungan atau deviden melaiikan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan saat ini dan mendatang.

- b. Pengertian CSR dalam UUPT No. 40 tahun 2007 pasal 1 angka 3, menyebutkan TJSL adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya.
- c. CSR diatur pula penjelasannya dalam pasal 15 huruf b UUMP 2007. TJSP adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Tampak bahwa UUMP 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah kepada CSR sebagai komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.
- d. CSR dalam pengertian *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dan *World Bank* menekankan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan karyawan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Rumusan *World Bank* menambahkan penekanan pada

kemanfaatan aktivitas CSR bagian usaha dan pembangunan (*in ways that are both good for business and good for development*).

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa CSR merupakan *social responsibility* yang berhubungan dengan pihak internal dan eksternal perusahaan. Pemahaman tentang CSR pada umumnya berkisar pada tiga hal pokok, yaitu:

1. Suatu peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi masalah sosial dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini
2. Disamping sebagai institusi *profit*, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kedermwanan (*philanthropy*) yang tujuannya untuk memberdayakan sosial dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi.
3. CSR sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat.

Pemahaman CSR selanjutnya didasarkan oleh pemikiran bahwa bukan hanya Pemerintah melalui penetapan kebijakan publik (*public policy*), tetapi juga perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial. Bisnis didorong untuk mengambil pendekatan pro aktif terhadap pembangunan berkelanjutan. Konsep CSR juga dilandasi oleh argumentasi moral. Tidak ada satu perusahaan pun yang hidup di dalam suatu ruang

hampa dan hidup terisolasi.

Perusahaan hidup di dalam dan bersama suatu lingkungan. Perusahaan dapat hidup dan tumbuh berkat masyarakat dimana perusahaan itu hidup, menyediakan berbagai infrastruktur umum bagi kehidupan perusahaan tersebut, antara lain dalam bentuk jalan, transportasi, listrik, pemadaman kebakaran, hukum dan penegakannya oleh para penegak hukum (polisi, jaksa dan hakim).

James E. Post, Anne T. Lawrence dan James Weber mengemukakan pola atau bentuk CSR juga berkembang dari yang bentuk *charity principle* kepada *stewardship principle* (Dwi Kartini hal.6). Berdasarkan *charity principle*, kalangan masyarakat mampu memiliki kewajiban moral untuk memberikan bantuan kepada kalangan kurang mampu. Jenis bantuan perusahaan ini sangat diperlukan dan penting khususnya pada masa atau sistem Negara dimana tidak terdapat system jaminan sosial, jaminan kesehatan bagi orang tua, dan tunjangan bagi penganggur.

Pola atau bentuk CSR berdasarkan *stewardship principle*, menyatakan korporasi diposisikan sebagai *public trust* karena menguasai sumber daya besar dimana penggunaannya akan berdampak secara fundamental bagi masyarakat. Oleh karenanya perusahaan dikenakan tanggung jawab untuk menggunakan sumber daya tersebut dengan cara-cara yang baik dan tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham tetapi juga untuk masyarakat secara umum. Dengan demikian, korporasi dewasa ini memiliki berbagai aspek tanggung jawab. Korporasi harus dapat mengelola tanggung jawab

ekonominya kepada pemegang saham, memenuhi tanggung jawab hukum dengan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan bertanggung jawab sosial kepada para *stakeholder* (pemegang kepentingan).

CSR pada prinsipnya merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas dari sekedar kepentingan perusahaan belaka. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya. Makna yang terkandung secara positif pada perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa tersebut, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholder* dengan memperhatikan kualitas ke arah yang lebih baik.

2. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dilihat dari perspektif pembangunan yang lebih luas, CSR menunjuk pada kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yakni pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan generasi saatini dan kebutuhan generasi masa yang akan datang secara terus menerus. CSR secara umum dimaknai sebagai sebuah cara dalam rangka perusahaan mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat, namun tetap merespon harapan-harapan para pemegang saham (*shareholders*) dan pemangku

kepentingan (*stakeholder*).

Menurut Brodshaw dan Vogel, ada tiga dimensi yang harus diperhatikan dalam kajian ruang lingkup CSR, yaitu:

1. *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha amal dimaksud berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.
2. *Corporate responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Terdapat peraturan yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR dan satu acuan (Guidance) ISO 26000 sebagai referensi dalam menjalankan CSR, diantaranya:

- a. Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007

Peraturan lain yang mewajibkan CSR adalah Undang-Undang No. 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal (UUPM), baik penanaman modal

dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Ditegaskan bahwa setiap penanam modal berkewajiban menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Pada Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan dalam Pasal 15 tersebut, diatur dalam Pasal 34, yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi lainnya, diantaranya: (a) Peringatan tertulis; (b) pembatasan kegiatan usaha; (c) pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau (d) pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

b. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001

Khusus bagi perusahaan yang operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terikat oleh Undang-undang No. 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, disebutkan pada Pasal 40 ayat (5) dan (6),: ayat (5) berbunyi : "Badan Usaha atau Bentuk Usaha Tetap yang melaksanakan kegiatan usaha Minyak dan Gas Bumi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ikut bertanggung jawab dalam mengembangkan lingkungan dan masyarakat setempat". Ayat (6) berbunyi: "Ketentuan mengenai keselamatan dan kesehatan kerja serta pengelolaan lingkungan hidup sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Berdasarkan undang-undang tersebut, perusahaan yang operasionalnya terkait Minyak dan Gas Bumi baik pengelola eksplorasi maupun distribusi,

wajib bertanggung jawab atas lingkungan dan masyarakat setempat yang berada di sekitar perusahaan.

3. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipandang sebagai asset strategis dan kompetitif bagi perusahaan ditengah iklim bisnis yang makin sarat kompetisi. Menurut Adam dan Zutshi (2004) dalam Rahmawati Rahayu (2012:27) CSR dapat memberi banyak manfaat yaitu :

- 1) Peningkatan profit bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik.
- 2) Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar.
- 3) Mampu meningkatkan reputasi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*).

Dengan adanya CSR akan meningkatkan profit bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik karena banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengungkapkan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai saham. Disamping itu CSR dapat menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar, karena sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka

memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri disebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitar atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait. CSR juga mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan. *Social marketing* akan dapat memberikan manfaat dalam pembentukan *brand image* suatu perusahaan dalam kaitannya dengan kemampuan perusahaan terhadap komitmen yang tinggi terhadap lingkungan selain memiliki produk yang berkualitas tinggi.

Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif terhadap volume unit produksi yang terserap pasar yang akhirnya akan mendatangkan keuntungan yang besar terhadap peningkatan laba perusahaan. Kegiatan CSR yang diarahkan memperbaiki konteks korporat inilah yang memungkinkan *alignment* antara manfaat sosial dan bisnis yang muaranya untuk meraih keuntungan materi dan sosial dalam jangka panjang.

B. Good Corporate Governance (GCG)

1. Pengertian *Good corporate governance*

Menurut Sutojo dan John Aldridge (2001:1) kata *governance* diambil dari kata latin, yaitu *gubernance* yang artinya mengarahkan dan mengendalikan. Dalam ilmu manajemen bisnis kata tersebut diadaptasi menjadi *corporate governance* yang artinya sebagai upaya mengarahkan (*directing*) dan mengendalikan (*control*) kegiatan organisasi termasuk perusahaan.

Cadbury Comitte dalam Daniri (2005:7) menjelaskan *corporate governance* sebagai prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan koporasi dengan tujuan agar tercapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggung jawabannya kepada *shareholders* dan khususnya kepada *stakeholders*.

The Indonesian Institute For Corporate Governance – IICG, pengertian *Good corporate governance* sebgai berikut : “merupakan serangkaian mekanisme yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Sedangkan menurut Azhar Kasim yang dikutip oleh Imam S. Tunggal dan Amin W. Tunggal (2002:5) “*Governance* adalah proses pengelolaan berbagai bidang kehidupan (sosial, ekonomi, politik dan sebagainya) dalam suatu negara serta penggunaan sumber daya (alam, keuangan, manusia) dengan cara yang seseuai dengan prinsip-prinsip keadilan,

efisiensi, transparansi dan akuntabilitas.”

Menurut *Organization For Economic Co Operation Development* (OECD) *Corporate Governance* sebagai sekumpulan hubungan antara pihak manajemen perusahaan, *board*, dan pemegang saham serta pihak lain yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan. *Good corporate governance* juga mensyaratkan adanya struktur perangkat untuk mencapai tujuan dan pengawasan atas kinerja. *Good corporate governance* yang baik dapat memberikan perangsang atau insentif yang baik bagi manajemen untuk mencapai tujuan yang merupakan kepentingan perusahaan dan pemegang saham serta harus memfasilitasi pemantauan yang efektif, sehingga mendorong perusahaan untuk menggunakan sumber daya dengan lebih efisien.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Good corporate governance* adalah suatu sistem yang mengatur, mengelola, dan mengawasi proses pengendalian usaha yang berjalan secara berkesinambungan (*sustainable*) untuk meningkatkan nilai perusahaan sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada *stakeholders*, karyawan, kreditor, dan masyarakat.

2. Prinsip-prinsip *Good corporate governance*

Prinsip-prinsip internasional mengenai *Good corporate governance* mulai muncul dan berkembang baru-baru ini. Prinsip-prinsip *Good corporate governance* yang dikembangkan oleh *Organization For Economic Co Operation Development* (OECD) bermaksud untuk

membantu anggota dan anggota dalam usaha untuk menilai dan memperbaiki kerangka kerja legal, institusional dan pengurusan untuk *Good corporate governance* di negara-negara mereka dan memberikan petunjuk dan usulan untuk pasar modal, investor, korporasi, dan pihak lainnya yang mempunyai peranan dalam pengembangan *Good corporate governance*.

Prinsip – prinsip OECD mencakup lima bidang utama yaitu :

a. Pertanggungjawaban (Responsibility).

Yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang - undangan yang berlaku dan prinsip - prinsip korporasi Tanggung jawab perusahaan tidak hanya diberikan kepada pemegang saham juga kepada stakeholder tetapi juga kepada pihak - pihak yang berkepentingan lainnya.

b. Transparansi (Transparency)

Yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Perusahaan harus menyediakan informasi dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan mengenai struktur dan operasi korporasi.

c. Akuntabilitas (Accountability)

Yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan tanggung jawab organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Perusahaan

harus dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar

d. Kesetaraan dan Kewajaran (Fairness)

Yaitu keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak – hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang – undang yang berlaku. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kesetaraan dan kewajaran

e. Independensi (Independency)

Yaitu suatu keadaan di mana perusahaan dikelola secara professional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang – undang yang berlaku dan prinsip–prinsip korporasi yang sehat

Tujuan *Good corporate governance* pada intinya adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (Arifin. 2009). Pihak-pihak tersebut adalah pihak internal yang meliputi dewan komisaris, direksi, karyawan, dan pihak eksternal meliputi investor, kreditur. Pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) . dalam praktiknya *Good corporate governance* ini menimbulkan beberapa versi yang meyangkut prinsip-prinsip *Good corporate governance*, namun demikian pda dasarnya mempunyai banyak kesamaan

C. Nilai Perusahaan

Tujuan utama suatu perusahaan menurut theory of the firm adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (salvatore, 2005). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan serta prospek perusahaan tersebut dimasa yang akan datang.

Sedangkan menurut Keown dan Scott (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Menurut Rakhimsyah dan Barbara (2011) nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang – peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham, dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan, umumnya para investor menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut, manajer membuat keputusan investasi yang menghasilkan net present value positif.

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar seandainya perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham .

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprice value* atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan price to book value. Peningkatan nilai Perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi membuat pasar (investor) percaya dan tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Dengan ini investor yang dinilai tinggi. Hal ini juga yang menjadi

keinginan setiap pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Wahyudi (2006) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Menurut Nurlela dan Ishlahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati, 2002)

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa depan (Hardiyanti, 2012).

Menurut Brigham dan Houston (2006) yang menjelaskan rasio Price Book Value (PBV) mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

Penelitian ini menggunakan istilah nilai perusahaan dengan Price Book Value (PBV), dimana PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya bahwa prospek perusahaan tersebut bagus (kemakmuran para pemegang saham terjamin). Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Solihah dan Taswan, 2002).

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu tentang *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Deborah Arsita Purba (2015)	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan	Variabel dependen : Nilai perusahaan Variable Independen :	Menemukan bahwa Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang diteliti berpengaruh

		Manufaktur yang terdaftar di BEI	Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance	terhadap nilai perusahaan
2	Prawira Osaga M (2015)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Real Estate dan Property pada BEI 2011-2013	Variabel dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance	Menemukan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> pada perusahaan Real Estate dan Property secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan .

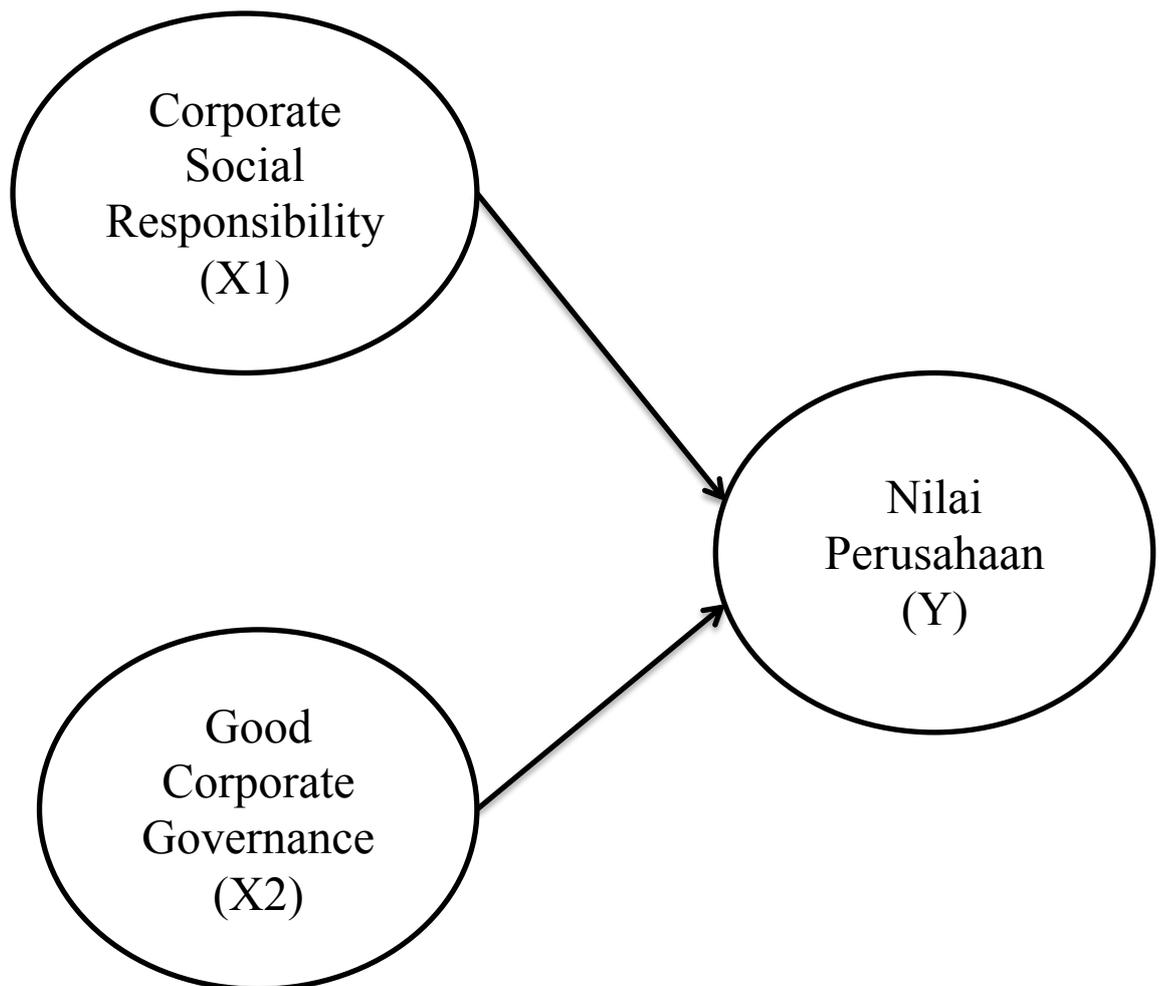
E. Kerangka Konseptual

Dari pemaparan diatas dapat diketahui baik *Corporate social responsibility* maupun *Good corporate governance* dalam kaitannya dengan

nilai perusahaan akan mempengaruhi secara positif. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Dengan demikian kerangka Konseptual dalam penelitian ini, yaitu pengaruh *Corporate social responsibility* dan *Good corporate governance*, yang dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1



F. Hipotesis

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H3 : *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif – kausal. Menurut Sugiyono (2005), asosiatif – kausal adalah “penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih”. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Dan tujuan dari penelitian kausal adalah untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara variabel – variabel yang berfungsi sebagai penyebab dan variabel mana berfungsi sebagai variabel akibat.

B. Tempat dan Waktu

1. Tempat : Bursa Efek Indonesia Jl.Ratulangi
2. Waktu : Waktu penelitian kurang lebih 1 bulan. Terhitung mulai bulan September 2018

C. Populasi dan sampel

Adapun populasi penelitian adalah perusahaan yang termasuk pada sektor pertambangan sebanyak 41 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian yaitu 2012-2014 dan memberikan laporan keuangan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode tersebut sehingga tersedia data yang lengkap pada tahun 2012-2014.
2. Perusahaan yang memiliki data lengkap mengenai Dewan direksi, Dewan komisaris, Komisaris independen dan Komite audit.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka didapat sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 perusahaan dari 41 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tiga tahun penelitian sehingga totalnya 30 sampel.

Tabel 3.1 Daftar Perusahaan yang menjadi Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Emiten
1	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk
2	BSSR	Baramultisuksessarana Tbk
3	BUMI	Bumi Resources Tbk
4	BYAN	Bayan Resources Tbk
5	DEWA	Darma Henwa Tbk
6	HRUM	Harum Energy Tbk
7	ADRO	Adaro Energi Tbk
8	ESSA	Surya Esa Perkasa Tbk

9	CTTH	Citatah Tbk
10	DOID	Delta Dunia Makmur Tbk

Sumber : www.idx.com

D. Jenis dan Sumber Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu usaha dasar untuk mengumpulkan data dengan prosedur standar. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang berupa dokumen. Data penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan pada seluruh perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Sumber data tersebut diperoleh dari www.idx.co.id dan website setiap perusahaan yang menjadi sampel.

E. Defenisi Operasional

1. *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran instrumen pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005). Instrumen pengungkapan tanggung jawab sosial dikelompokkan ke dalam kategori lingkungan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Pendekatan untuk menghitung pengungkapan tanggung jawab sosial pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item pengungkapan tanggung jawab sosial dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk

memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut :

$$CSRI_{ji} = \frac{\sum X_{ji}}{N_j}$$

Keterangan:

$CSRI_{ij}$: Corporate social responsibility index perusahaan j tahun i

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j , $n_j \leq 78$

$\sum X_{ij}$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j untuk tahun i

2. *Good Corporate Governance*

Dalam penelitian ini, *good corporate governance* dibagi menjadi 3 proksi :

- a. Ukuran dewan komisaris ditentukan berdasarkan jumlah dewan komisaris dalam perusahaan
- b. Komisaris independen ditentukan berdasarkan jumlah anggota komisaris independen dibagi jumlah keseluruhan anggota dewan komisaris.
- c. Dewan Direksi ditentukan berdasarkan jumlah anggota dewan direksi dalam perusahaan

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Price to book value (PBV) merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan indikator *Price to Book Value* (PBV).

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga per saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}} 100\%$$

F. METODE ANALISIS

1. Statistik Deskriptif

Analisis data yang dilakukan meliputi statistik deskriptif dan analisis regresi Berganda. Oleh karena dalam penelitian ini terdapat hipotesa yang menghubungkan lebih dari 2 variabel, maka model regresi berganda digunakan untuk menganalisis sejauh mana hubungan

antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
X1	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
X2	= <i>Good Corporate Governance</i>
b1	= koefisien variable X1
b2	= koefisien variable X2
a	= Konstanta
e	= Error

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berguna untuk menguji bahwa model regresi berganda merupakan model yang baik. Model regresi dikatakan baik apabila distribusi secara normal, tidak mengandung multikolinieritas, autokolerasi dan heterokedastisitas. Untuk itu perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residuak

mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu analisis grafik dan uji statistic (Ghozali, 2005).

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Oleh karena itu disamping uji grafik harus dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistic yang digunakan yaitu uji statistic non parameterik KS (Kolomogorov Smirnov). Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis

H_0 = Data residual berdistribusi normal

H_A = Data residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamat lain. Jika varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homokedastisitas dan tidak terjadi Heterokedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variable-variable ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.

3. Uji hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen yang menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relative rendah karena ada variasi yang besar antara masing-masing pengamatan.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat

(Ghozali, 2007). Ghozali juga mengatakan bahwa menguji hipotesis ini digunakan statistic F dengan criteria pengambilan keputusan bahwa apabila nilai F lebih besar dari pada 4 maka hipotesis awal ditolak pada tingkat kepercayaan 5%. Dengan kata lain hipotesis alternative yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat diterima.

c. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji parsial yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t-test ini pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2007). Uji t-test ini digunakan untuk menemukan pengaruh paling dominan antara masing-masing variabel independen untuk menjelaskan variabel-variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5%.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. ANTAM (Persero) Tbk

ANTAM (Persero) Tbk atau ANTAM, merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam melalui diversifikasi dan integrasi usaha dengan aktivitas eksplorasi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, serta pemasaran bahan mineral dan logam di Indonesia. ANTAM didirikan pada 5 Juli 1968 sebagai hasil penggabungan dari Badan Pimpinan Umum Perusahaan-perusahaan Tambang Umum Negara, Perusahaan Negara Tambang Bauksit Indonesia, Perusahaan Negara Tambang Emas Tjikotok, Perusahaan Negara Logam Mulia, PT Nikel Indonesia, Proyek Intan dan Proyek-proyek eks Bapetamb. ANTAM terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 27 November tahun 1997 dengan kode perdagangan saham ANTM. Kepemilikan saham ANTAM adalah 65% oleh Pemerintah Indonesia dan 35% sisanya dimiliki oleh investor publik.

b. Baramulti Suksessarana Tbk

Baramulti Suksessarana Tbk (“Perseroan” atau “BSSR”) didirikan tahun 1990 sebagai perusahaan perdagangan batubara. Pada

tahun 2011, setelah mengakuisisi perusahaan tambang batubara, Perseroan memfokuskan usahanya sepenuhnya pada penambangan batubara. Per akhir 2014, cadangan terbukti batubara Perseroan adalah 54,25 juta metrik ton, dan cadangan terduganya sebesar 48,64 juta metrik ton. Didukung oleh perusahaan-perusahaan dalam kelompok tambang batubara milik Baramulti, Perseroan telah memperluas kapasitas dan infrastruktur tambangnya baik di anak perusahaannya, PT Antang Gunung Meratus (AGM), maupun di lokasi tambangnya sendiri.

Perseroan menjual batubara dengan spesifikasi kandungan kalori medium dan kadar sulfur rendah. Sebagian besar penjualan Perseroan dilakukan ke India. Perseroan melakukan penawaran umum perdana atas sahamnya pada tahun 2013 di Bursa Efek Indonesia, dengan kode saham BSSR. Dana bersih hasil penawaran umum yang terkumpul adalah Rp 493 miliar, dan per akhir tahun 2014 kapitalisasi pasarnya mencapai Rp 4,2 triliun.

c. Bumi Resources Tbk

Sejarah BUMI diawali dengan pendirian PT Bumi Modern, pada tanggal 26 Juni 1973. PT Bumi Modern pada awalnya bergerak dalam bidang industri perhotelan dan pariwisata. Pada tahun 1990, BUMI melakukan penawaran saham perdana dan kemudian pada tahun 1998, BUMI bertransformasi untuk memasuki industri minyak, gas alam dan pertambangan. Segera setelah transformasi, BUMI tumbuh pesat dan

sekitar tahun 2000, BUMI melakukan ekspansi usaha dengan menggali kekayaan alam Indonesia, antara lain batu bara dan barang tambang lainnya. BUMI kini tercatat sebagai salah satu eksportir batu bara termal terbesar di dunia. Selain itu, BUMI juga memiliki portofolio usaha bahan tambang lainnya, dan dengan dukungan pembiayaan yang kuat, BUMI juga memainkan peran sebagai investor strategis. Seiring berkembangnya produksi, beroperasinya tambang baru, dan terbukanya nilai bagi pelanggan, pemegang saham dan pemangku kepentingan, BUMI akan terus maju dengan semangat *discovery* melalui pertumbuhan produksi dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

d. Bayan Resources Tbk

Sejarah Bayan Grup dimulai sejak bulan November 1997, saat pemegang saham pendiri mengakuisisi konsensi tambang batu bara pertamanya yang berlokasi di Muara Tae, Kalimantan Timur, yang dikenal dengan nama PT Gunungbayan Pratamacoal (GBP). Selanjutnya para pemegang saham pendiri, mendirikan PT Bayan Resources Tbk, pada tanggal 7 Oktober 2004 dan sejumlah konsensi batubara telah diakuisisi sebelumnya termasuk pengambilalihan saham mayoritas PT Dermaga Perkasa Pratama (DPP). DPP merupakan perusahaan pengelola pelabuhan khusus batubara “Balikpapan Coal Terminal” (BCT).

e. PT Darma Henwa Tbk

PT Darma Henwa Tbk (“Darma Henwa”) didirikan pada tahun 1991 dan merupakan perusahaan jasa kontraktor pertambangan umum. Sejak awal Perseroan telah membangun reputasinya sebagai kontraktor pertambangan yang handal, penyedia tenaga ahli dalam bidang alat berat pertambangan, penggalian penambangan, pekerjaan sipil serta pemeliharaan peralatan pertambangan di Indonesia. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Perseroan didukung armada alat berat dan kendaraan pendukung yang lengkap seperti excavator, dump truck, bulldozer, loader dan grader dari berbagai merek terkenal, seperti Hitachi, Komatsu, Caterpillar, Liebherr, dan Terex. Pada tahun 1996-2005 Henry Walker Group menjadi pemegang saham mayoritas. Di tahun 2004, Perseroan berganti nama menjadi PT HWE Indonesia. Pada tahun 2005, Zurich Assets International Ltd menjadi pemegang saham mayoritas dan pada akhir 2005, Perseroan mengubah kembali namanya menjadi PT Darma Henwa. Perseroan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) pada tanggal 26 September 2007 dengan kode saham DEWA.

f. Harum Energy Tbk

Harum Energy Tbk (“Perusahaan”) didirikan pada tahun 1995. Pada saat ini Perusahaan beroperasi sebagai perusahaan induk yang menaungi beberapa perusahaan yang bergerak di bidang

pertambangan batubara dan logistik di Kalimantan Timur. Perusahaan memiliki empat tambang batubara melalui masing-masing PT Mahakam Sumber Jaya (MSJ), PT Santan Batubara (SB), PT Tambang Batubara Harum (TBH) dan PT Karya Usaha Pertiwi (KUP). KUP adalah anak usaha Perusahaan setelah Perusahaan memiliki mayoritas kepemilikan saham tersebut di tahun 2013 dan diharapkan sudah mulai beroperasi di tahun 2014. Pada tahun 2004, MSJ, sebagai anak perusahaan, memulai kegiatan penambangan dan menjadi tambang batubara pertama yang beroperasi secara komersial di dalam Grup Perusahaan. Selanjutnya di tahun 2009, SB, sebagai perusahaan joint venture, memulai kegiatan penambangannya secara komersial. Harum Energy juga memiliki PT Layar Lintas Jaya (LLJ), Perusahaan yang bergerak di bidang pengangkutan laut dan alih muat batubara. Di samping melakukan kegiatan operasional, melalui anak usahanya, Harum Energy Australia Limited, Perusahaan juga melakukan kegiatan investasi dengan kepemilikan sebesar 11,80% di Cockatoo Coal Limited, Australia.

g. Adaro Tbk

Adaro Tbk adalah perusahaan yang berfokus pada bisnis pertambangan batubara yang terintegrasi melalui anak-anak perusahaannya. Lokasi utama operasional Adaro berada di propinsi Kalimantan Selatan dimana Adaro memproduksi Envirocoal yang merupakan batubara sub bituminus dengan nilai kalori sedang dan

kandungan sulfur, abu dan emisi NOx yang sangat rendah. Adaro menjalankan serangkaian bisnis yang terintegrasi secara vertikal, dengan beberapa anak perusahaan yang beroperasi dari pertambangan sampai ketenagalistrikan atau dikenal dengan slogan from pit to power yang meliputi pertambangan, tongkang, pemuatan kapal, pengerukan, jasa pelabuhan, pemasaran dan ketenagalistrikan. Strategi Adaro difokuskan pada pertumbuhan secara organik, peningkatan efisiensi dan pengendalian biaya, peningkatan kontribusi dari bisnis non pertambangan batubara, serta pengembangan lebih lanjut menuju divisi ketenagalistrikan.

h. Surya Esa Perkasa Tbk.

Surya Esa Perkasa Tbk. resmi berdiri pada 24 Maret 2006 di Jakarta berdasarkan Akta Pendirian Perusahaan No. 7 yang dibuat di hadapan Hasbullah Abdul Rasyid, S.H., MKn, Notaris di Jakarta. Kegiatan usaha utama Perseroan adalah pemurnian dan pengolahan gas bumi untuk menghasilkan produk LPG dan kondensat. Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan pasal 3, maksud dan tujuan Perseroan ialah berusaha dalam bidang industri pemurnian dan pengolahan minyak dan gas bumi, menjalankan usaha di bidang industri petrokimia, menjalankan usaha jasa perdagangan besar, distributor utama dan ekspor untuk hasil produksi minyak, gas dan petrokimia, melakukan kegiatan di bidang jasa eksplorasi minyak dan gas bumi, hulu dan hilir,

menjalankan kegiatan di bidang energi terbarukan, dan menjalankan usaha di bidang gas hilir.

i. Citatah Tbk

Citatah adalah perusahaan swasta pertama yang mengembangkan sumber-sumber marmer Indonesia serta bergerak di bidang ekstraksi dan pemrosesan marmer selama kurun waktu lebih dari empat puluh tahun. Didirikan pada tahun 1974, Perusahaan mengawali penambangan marmer berwarna krem dari tambang di dekat Bandung, dan selanjutnya meraih posisi pasar yang dominan di Indonesia. Dalam bulan Januari 1996, Perusahaan mengakuisisi 90% kepemilikan saham dari PT Quarindah Ekamaju Marmer, sebuah perusahaan marmer yang memiliki tambang-tambang dan pabrik pemrosesan marmer modern di Pangkep, Sulawesi Selatan. Dengan akuisisi ini, pada bulan Juli 1996, Citatah berhasil mencatatkan diri pada Bursa Efek Jakarta dan meraih Rp 104.5 milyar melalui penerbitan saham-saham baru guna mendanai ekspansi besar fasilitas pemrosesan Perusahaan di Pangkep, yang berlokasi dekat dengan tambang, serta untuk membangun Pusat Proyek Khusus di Karawang, 70 kilometer di sebelah timur Jakarta.

j. Delta Dunia Makmur Tbk

Delta Dunia Makmur Tbk. (“Delta Dunia”, atau “Perseroan”) adalah perusahaan terbuka yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (“BEI”) dengan kode saham DOID. Sebagai perusahaan induk, Delta Dunia memiliki anak usaha operasional utama yaitu PT Bukit Makmur

Mandiri Utama (“BUMA”), yang merupakan salah satu kontraktor jasa pertambangan batubara terbesar di Indonesia berdasarkan volume produksinya. Delta Dunia memulai usahanya pada tahun 1990 di bidang tekstil yang memproduksi berbagai jenis benang rayon, katun dan poliester untuk memenuhi pasar ekspor dan telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia – BEI) sejak bulan Juni 2001. Pada tahun 2008, Delta Dunia mengubah usaha utamanya untuk memfokuskan pada pengembangan properti komersial dan industrial di Indonesia. Sejalan dengan perubahan strategi bisnis, Perseroan menjual perusahaan manufaktur tekstilnya pada bulan Februari 2008.

2. Deskriptif Data dan Variabel Penelitian

Data dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu sebanyak 41 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu penyeleksian berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Maka, diperoleh 10 perusahaan sampel dari 41 perusahaan tersebut. Periode penelitian dimulai dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Oleh karena menggunakan tiga tahun periode, penelitian ini memperoleh 30 unit analisis.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Langkah awal pengolahan data ini dimulai dengan pengumpulan data yang dibutuhkan yang ada di dalam laporan keuangan perusahaan, kemudian

menginput data tersebut ke dalam microsoft excel. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian statistik menggunakan software SPSS versi 21. Kemudian akan dilakukan interpretasi berdasarkan metode yang ditentukan dari output-output yang dihasilkan.

a. *Corporate Social Responsibility (X1)*

Pengukuran instrumen pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan adalah Instrumen pengungkapan tanggung jawab sosial dikelompokkan ke dalam kategori lingkungan, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Pendekatan untuk menghitung pengungkapan tanggung jawab sosial pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item pengungkapan tanggung jawab sosial dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum_{j=1}^{N} X_{ji}}{N}$$

Keterangan:

$CSRI_{ij}$: *Corporate social responsibility* index perusahaan j tahun i

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

$\sum X_{ij}$: Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j untuk tahun i

Tabel 4.1

No.	Nama Perusahaan	Kode	<i>Corporate Social Responsibility</i>		
			2012	2013	2014
1	Aneka Tambang Persero Tbk	ANTM	0.41	0.29	0.39
2	Baramulti SuksessaranaTbk	BSSR	0.17	0.17	0.16
3	Bumi Resources Tbk	BUMI	0.35	0.23	0.41
4	Bayan Resources Tbk	BYAN	0.20	0.21	0.29
5	Darma Henwa Tbk	DEWA	0.25	0.21	0.21
6	Harum Energy Tbk	HRUM	0.15	0.25	0.28
7	Adaro Energy	ADRO	0.23	0.29	0.24
8	Surya Esa Perkasa Tbk	ESSA	0.16	0.12	0.12
9	Citatah Tbk	CTTH	0.10	0.15	0.14
10	Delta Dunia Makmur Tbk	DOID	0.16	0.19	0.20

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 terdapat 10 perusahaan pertambangan dengan periode penelitian selama 3 tahun dari tahun 2012-2014. Data Corporate Social Responsibility tersebut diperoleh dari Laporan Tahunan masing-masing perusahaan.

b. *Good Corporate Governance* (X2)

Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* dibagi menjadi 3 proksi :

- 1.) Ukuran dewan komisaris ditentukan berdasarkan jumlah dewan komisaris dalam perusahaan
- 2.) Komisaris independen ditentukan berdasarkan jumlah anggota komisaris independen dibagi jumlah keseluruhan anggota dewan komisaris
- 3.) Dewan Direksi ditentukan berdasarkan jumlah anggota dewan direksi dalam perusahaan

Ketiga Proksi diatas kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total *Good Corporate Governance* dalam satu tahun.

Tabel 4.2

No.	Nama Perusahaan	Kode	<i>Good Corporate Governance</i>		
			2012	2013	2014
1	Aneka Tambang Persero Tbk	ANTM	12	12	12
2	Baramulti SuksessaranaTbk	BSSR	15	15	14
3	Bumi Resources Tbk	BUMI	10	5	13
4	Bayan Resources Tbk	BYAN	15	15	15
5	Darma Henwa Tbk	DEWA	5	5	9
6	Harum Energy Tbk	HRUM	9	9	9

7	Adaro Energy	ADRO	12	12	17
8	Surya Esa Perkasa Tbk	ESSA	9	9	10
9	Citatah Tbk	CTTH	7	7	8
10	Delta Dunia Makmur Tbk	DOID	12	13	11

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 terdapat 10 perusahaan pertambangan dengan periode penelitian selama 3 tahun dari tahun 2012-2014. Data Good Corporate Governance tersebut diperoleh dari Laporan Keuangan dari Bursa Efek Indonesia.

c. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan atau *value of the firm* merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan terutama perusahaan publik akan tercermin pada harga sahamnya. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan indikator *Price to Book Value* (PBV).

$$PricetoBookValue = \frac{\text{Harga per saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}} 100\%$$

Berikut akan dikemukakan data tahunan Nilai Perusahaan dari tahun 2012-2014.

Tabel 4.3

No.	Nama Perusahaan	Kode	Nilai Perusahaan		
			2012	2013	2014
1	Aneka Tambang Persero Tbk	ANTM	0.95	0.81	0.84
2	Baramulti SuksessaranaTbk	BSSR	6.50	4.77	3.74
3	Bumi Resources Tbk	BUMI	3.23	-1.68	-0.75
4	Bayan Resources Tbk	BYAN	4.12	5.13	4.29
5	Darma Henwa Tbk	DEWA	0.41	0.40	0.41
6	Harum Energy Tbk	HRUM	4.07	1.53	0.97
7	Adaro Energy	ADRO	1.78	0.89	0.81
8	Surya Esa Perkasa Tbk	ESSA	6.19	2.37	2.69
9	Citatah Tbk	CTTH	0.91	0.99	0.89
10	Delta Dunia Makmur Tbk	DOID	1.44	0.9	1.43

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 terdapat 10 perusahaan pertambangan dengan periode penelitian selama 3 tahun dari tahun 2012-2014. Data Nilai Perusahaan tersebut diperoleh dari Laporan Keuangan dari Bursa Efek Indonesia.

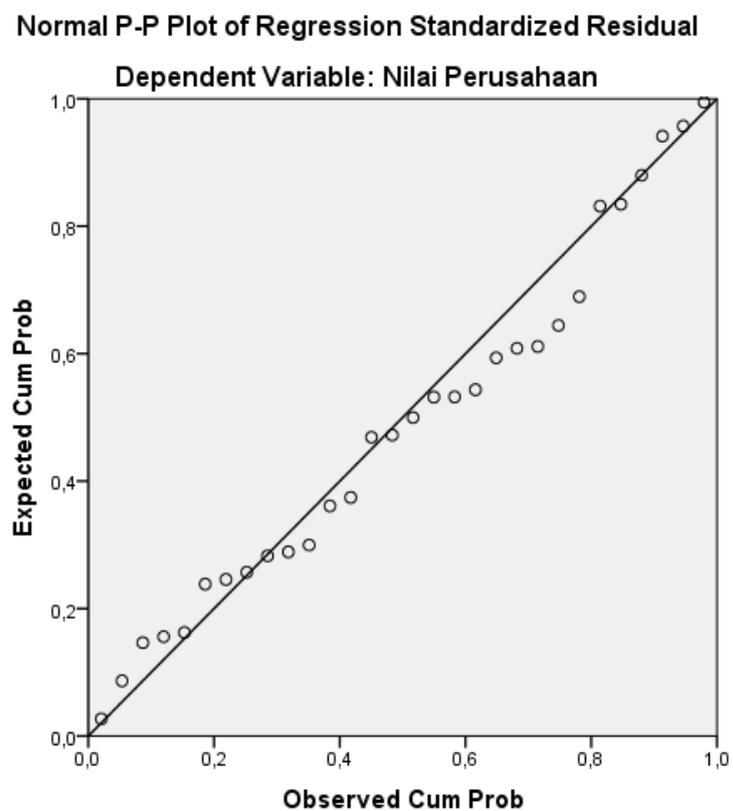
3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Dua cara untuk

mendeteksi hal ini yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik dilakukan dengan melihat histogram atau pola distribusi data.

Gambar 4.1



Dari gambar 4.1, terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Grafik normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik - titik pada grafik telah mendekati sumbu diagonalnya. Sehingga hasil analisis grafik yang diperoleh menunjukkan bahwa residual telah terdistribusi secara normal.

Kedua hasil analisis grafik telah menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi normalitas.

Sedangkan, analisis statistik dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Dan hasil yang diperoleh penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	,0000000
	Std.Deviation	1,55792568
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,118
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,647
Asymp. Sig. (2-tailed)		,797

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber diolah SPSS 21, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data one-sample Kolmogorov-Smirnov di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel sudah berdistribusi normal. Hal ini terlihat dari nilai Asymp Sig. (2-tailed)

Kolmogrov-Smirnov dari penelitian ini lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,797. Dengan demikian, dari hasil analisis grafik dan analisis statistik dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai observasi data telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji Heteroskedastisitas yakni :

- 1.) Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas
- 2.) Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, berarti terjadi Heteroskedastisitas

Tabel 4.5

Coefficients^a

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

	(Constant)	,621	,757		,820	,419
1	<i>Corporate Social Responsibility</i>	-,871	2,280	-,073	-,382	,705
	<i>Good Corporate Governance</i>	,069	,059	,224	1,171	,252

a. Dependent Variable: RES2

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa :

1. Nilai signifikan variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) yakni 0,705 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada variabel *Corporate Social Responsibility* (X1)
2. Nilai Signifikan variabel *Good Corporate Governance* (X2) yakni 0,252 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas pada variabel *Good Corporate Governance* (X2)

Dengan demikian disimpulkan bahwa data ini memenuhi uji asumsi klasik pada uji Heteroskedastisitas

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk meneliti apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dilihat dari nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor

(VIF). Dimana apabila nilai $VIF \leq 10$ dan nilai tolerance $\geq 0,1$, maka terjadi multikolinieritas. Dan apabila $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.6

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>Corporate Social Responsibility</i>	,962	1,040
<i>Good Corporate Governance</i>	,962	1,040

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber diolah SPSS 23, 2018

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance sebesar $0,962 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,040 < 10$.
2. Variabel *Good Corporate Governance* tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance $0,962 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,040 < 10$.

B. Pembahasan

1. Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan informasi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan simpangan baku (standard deviation) data yang digunakan agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi pembaca. Variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Statistik deskriptif dari variabel tersebut disajikan dalam

Tabel 4.7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility</i>	30	,10	,41	,2243	,08439
<i>Good Corporate Governance</i>	30	5,00	17,00	10,8667	3,28773
Nilai Perusahaan	30	-1,68	6,50	2,0343	2,00233
Valid N (listwise)					

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berikut ini perincian data deskriptif yang dapat dijelaskan yang telah diolah secara statistik yang menggunakan sampel (N) sebanyak 30 sampel:

- a. Persentase variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) perusahaan sampel adalah nilai minimum 0,10% dan nilai maksimum 0,41%. Rata-rata keseluruhan *Corporate Social Responsibility* (X1) adalah 0,2243% dengan simpangan baku sebesar 0,08439%.
- b. Persentase variabel *Good Corporate Governance* (X2) perusahaan sampel adalah nilai minimum 5,00% dan nilai maksimum 17,00%. Rata-rata keseluruhan *Good Corporate Governance* (X2) adalah 10,8667% dengan simpangan baku sebesar 3,28773%
- c. Persentase variabel Nilai Perusahaan (Y) perusahaan sampel adalah nilai minimum -1.68% dan nilai maksimum 6,50%. Rata-rata keseluruhan Nilai Perusahaan (Y) adalah 2,0343% dengan simpangan baku sebesar 2,00233%.

2. Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi berganda, karena penelitian menggunakan dua variabel dependen dan satu variabel independen. Analisis regresi berganda untuk melihat seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 4.8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,711	1,203		,592	,559
<i>Corporate Social Responsibility</i>	-10,269	3,623	-,433	-2,834	,009
<i>Good Corporate Governance</i>	,334	,093	,548	3,589	,001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Dari nilai-nilai koefisien di atas, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,711 - 10,269X_1 + 0,334X_2$$

Dari hasil persamaan regresi berganda di atas, dapat disimpulkan :

- a. Konstanta sebesar 0,711 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel independen ($X_1 = 0$ dan $X_2 = 0$) maka Nilai Perusahaan sebesar 0,711
- b. b_1 sebesar -10,269 menunjukkan bahwa setiap kenaikan jumlah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan Nilai Perusahaan sebesar -10,269 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. b_2 sebesar 0,334 menunjukkan bahwa setiap kenaikan jumlah Proporsi *Good Corporate Governance* sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan Nilai Perusahaan sebesar 0,334 dengan asumsi variabel lain tetap.

C. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Semakin kecil nilai koefisien determinasi (semakin mendekati nol) berarti semakin terbatas kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependennya. Koefisien determinasi dikatakan kuat jika nilainya lebih besar dari 0.5.

Tabel 4.9

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,628 ^a	,395	,350	1,61460

a. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Uji Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk melihat besarnya pengaruh kebijakan hutang dan dividen terhadap nilai perusahaan dimana nilai R^2 adalah 0,395 atau 39,5% yang berarti ada 39,5% yang dapat didekati oleh persamaan regresi tersebut, dengan kata lain sebanyak 39,5% variabel bebas (*Corporate Social Responsibility* dan *Good*

Corporate Governance) dapat memberikan kontribusi terhadap variabel tidak bebas (Nilai Perusahaan) sedangkan sisanya 60,5% (100% - 39,5%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti .penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa R^2 semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) dan *Good Corporate Governance* (X2) adalah besar atau semakin kuat terhadap variabel Nilai Perusahaan.

2. Analisis Uji Simultan f

Uji simultan menunjukkan bagaimana variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1), dan *Good Corporate Governance* (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). jika $F_{hitung} > F_{tabel}$:maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Tabel 4.1.1

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	45,883	2	22,942	8,800	,001 ^b
Residual	70,387	27	2,607		
Total	116,270	29			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berdasarkan data pada tabel (Anova), Dimana nilai F-hitung sebesar 8,800 dan dari F-tabel pada tingkat kepercayaan 95% dan derajat bebas (2:27) yang diperoleh dari ($df1 = k - 1$ dan $df2 = n - k$) ($df1 = 3 - 1 = 2$ dan $df2 = 30 - 3 = 27$) maka diperoleh nilai F-tabel = 3,354 . Oleh karena itu F-hitung 8,800 lebih besar dibandingkan nilai F-tabel 3,354 . maka dengan derajat kekeliruan 5% ($\alpha=0,05$) H_a diterima dan H_o ditolak, artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan

3. Analisis Uji Parsial t

Uji Parsial (t – Test) menunjukkan bagaimana pengaruh masing masing variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap variabel dependen, Yaitu Nilai Perusahaan . Jika nilai t-hitung > t- tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka hipotesis yang diterima dan dinyatakan signifikan. Sementara jika t-hitung < t-tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka hipotesis ditolak dan dinyatakan tidak signifikan.

Tabel 4.1.2

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,711	1,203		,592	,559

<i>Corporate Social Responsibility</i>		-10,269	3,623	-,433	-2,834	,009
<i>Good Corporate Governance</i>		,334	,093	,548	3,589	,001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber diolah SPSS 23, 2018

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa :

a. Variabel *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan .

Dari hasil perhitungan koefisien regresi secara parsial, diperoleh nilai t-hitung 2,834 dan nilai signifikan diperoleh sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05. Penentuan hasil pengujian (penerimaan dan penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Nilai t-tabel dengan taraf signifikan= 0,05 dan derajat bebas=30-2-1=27 untuk pengujian dua pihak adalah adalah 2,048. Nilai dapat dicari di MsExcel dengan cara pada sel kosong ketik =TINV(5%;27). Oleh karena itu t-hitung untuk koefisien variabel adalah 2,834 (Tanda negatif diabaikan/sesuai kriteria) lebih besar dari t-tabel sebesar 2,052 maka pada tingkat kekeliruan 5% H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, pada tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

b. Variabel *Good Corporate Governance* secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Dari hasil perhitungan koefisien regresi secara parsial, diperoleh nilai t-hitung 3,589 dan nilai signifikan diperoleh sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Penentuan hasil pengujian (penerimaan dan penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Nilai t-tabel dengan taraf signifikan= 0,05 dan derajat bebas=30-2-1=27 untuk pengujian dua pihak adalah adalah 2,052. Nilai dapat dicari di MsExcel dengan cara pada sel kosong ketik =TINV(5%;27). Oleh karena itu t-hitung untuk koefisien variabel adalah 5,859 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,048 maka pada tingkat kekeliruan 5% H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, pada tingkat kepercayaan 95% dapat dikatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

D. Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. terlihat dari koefisien regresi sebesar -2,834 dan signifikansi (0,009) lebih besar dari taraf signifikan yang disyaratkan sebesar 5% (0.05).

Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan oleh t hitung lebih besar dari t tabel (2,834>2,052) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,009<0,05).

Hal ini membuktikan hipotesis penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan perusahaan yang melakukan kegiatan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, dan dapat meningkatkan penjualan produk diikuti dengan meningkatnya harga saham yang tidak lain sebagai cerminan dari nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Deborah Arsita Purba (2015) dengan Judul Penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang diteliti berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan terlihat dari koefisien regresi sebesar 3,589 dan signifikan yang dilihat dari signifikansi yang (0,001) lebih kecil dari taraf signifikansi yang disyaratkan sebesar 5% (0,05). *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan oleh t hitung lebih besar dari t tabel, ($3,589 > 2,052$) dan signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$).

Hal ini membuktikan hipotesis penelitian bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Good Corporate Governance yang pada penelitian ini terdiri dari Dewan komisaris, Komisaris Independen, dan Dewan direksi, berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena, tata kelola perusahaan yang baik mencerminkan kebijakan, pemberian informasi yang akurat dan pengambilan keputusan perusahaan tidak berpihak pada keuntungan perusahaan semata, namun juga pada pemegang saham. Dengan begitu pemegang saham dan calon investor tertarik berinvestasi pada perusahaan. Hasil Penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Osaga Prawira M. (2015) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate Dan Property Pada BEI 2011-2013, yang dalam penelitiannya *Good Corporate Governance* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* secara bersama – sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Terlihat pada f-hitung 8,800 lebih besar dari f-tabel sebesar 3,354. Disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* secara bersama–sama

atau simultan berpengaruh pada Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan perusahaan melaksanakan Corporate Social Responsibility, Perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga keberadaan dan beroperasinya perusahaan lebih banyak memberikan manfaat bagi lingkungan dimana perusahaan itu berada. Begitupun dengan *Good Corporate Governance*, dengan perusahaan melaksanakan tata kelola perusahaan, akan meningkatkan nilai perusahaan di mata Pemegang saham dan calon investor, karena perusahaan akan memberikan perhatian pada pemegang saham bahkan pemegang saham minoritas untuk melibatkan diri dalam pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan, sehingga tidak terjadi penyelewengan kekuasaan yang mementingkan keuntungan perusahaan semata. Hasil Penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Osaga Prawira M. (2015) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate Dan Property Pada BEI 2011-2013, yang dalam penelitiannya *Good Corporate Governance* Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terlihat dari koefisien regresi sebesar -2,834 dan signifikansi (0,009) lebih besar dari taraf signifikan yang disyaratkan sebesar 5% (0,05).
2. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan terlihat dari koefisien regresi sebesar 3,589 dan signifikan yang dilihat dari signifikansi yang (0,001) lebih kecil dari taraf signifikansi yang disyaratkan sebesar 5% (0,05).
3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan
Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* secara bersama – sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Terlihat pada f-hitung 8,800 lebih besar dari f-tabel sebesar 3,354. Disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* secara bersama–sama atau simultan berpengaruh pada Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*.

B. Saran

1. Penelitian menggunakan sampel Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, untuk itu perlu dilakukan penelitian selanjutnya yang menggunakan sampel perusahaan berbeda, misalnya perusahaan makanan dan minuman.
2. Perusahaan diharapkan memandang *Corporate Social Responsibility* bukan hanya sebagai kewajiban seperti yang tertera di Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22 Tahun 2001, namun juga sebagai komitmen yang secara terus menerus dilaksanakan, karena *Corporate Social Responsibility* memiliki manfaat yakni :
 - a. Bagi masyarakat, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan, meningkatkan pemeliharaan fasilitas umum, dan adanya pembangunan desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna bagi masyarakat banyak khususnya bagi masyarakat yang berada disekitar perusahaan.
 - b. Bagi perusahaan, meningkatkan citra perusahaan, mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain, memperkuat brand merk perusahaan dimata masyarakat, dan membedakan perusahaan tersebut dengan para pesaingnya.
3. Variabel *Corporate Governance* yang diteliti dalam penelitian ini hanya terbatas pada 3 (tiga) indikator yaitu, Dewan Komisaris, Komisaris independen dan Dewan Direksi. Perusahaan diharapkan dapat melaksanakan *Good Corporate Governance* dengan baik agar

dapat melindungi hak pemegang saham, melindungi hak dan kepentingan para anggota *Stakeholders* non-pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan (Siswanto Sutojo dalam E. John Aldridge 2005:5-6)

4. Perusahaan diharapkan tidak berfokus pada profit saja, melainkan juga memperhatikan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada dan berbagai pihak seperti pemegang saham, masyarakat dan pemerintah, agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C. dan Zutshi, A. 2000 . Corporate Social Responsibility: Why Business Should Act Responsibly and Be Accountable. Australian Accounting Review.
- Akdon H, Wahyudi. 2006. Manajemen Konflik dalam Organisasi. Bandung: Alfabeta, Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Aldridge, John. E, dan Siswanto Sutojo. 2008. Good Corporate Governance. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Alhamdi, Ridha 2012. "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja pada Perusahaan Perbankan yang Tendaftar di Bursa Efek Indonesia", Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Amin Widjaja Tunggal, 2008. Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM). Jakarta: Harvindo.
- Arifin, Z. 2009. Teori Keuangan & Pasar Modal : Ekonosia
- Batubara. Ingrid Nadya.H. (2014). "*Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2012.*" Skripsi. Akuntansi. Universitas Sumatera Utara.
- Brigham, E.F. and L.C. Gapenski. 2006. *Intermediate Financial Management*. 7th edition. Sea Harbor Drive: The Dryden Press.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2006 Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Buku 1, penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Daniri, 2008. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Deborah Arsita Purba. 2015. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Skripsi. Akuntansi. Universitas Sumatera Utara.
- Eus Soliha, Taswan. 2002. Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Jilid 9, Halaman 149-169.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Girsang, Isian Mahdalena. 2010. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba dan Kinerja Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Hardiyanti, 2012. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm Size dan Dividen Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2010), *Jurnal*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Herawati, V. (2008). Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai Moderating Variabel Dari Pengaruh Earnings Manajemen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, 10(2).
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan implementasi di Indonesia*.

- Keown, J. Arthur and Scott, F. David. Abdul. 2004. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Salemba Empat , Jakarta.
- Nurlela. R., & Islahuddin (2008). Pengaruh *Coporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Persentase Kepemilikan Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Pedoman penulisan skripsi. (2016). Makassar : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar, STIEM BONGAYA
- Prawira Osaga M. (2015). “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate & Property Pada BEI 2011-2013”. Skripsi. Akuntansi. Universitas Sumatera Utara.
- Rakhimsyah, L. A. dan Barbara. Gunawan. 2011. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividend dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Investasi Volume 7. Nomor 1. Hal.31-45.*
- Rimba Kusumadilaga, 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Universitas Diponegoro.
- Salvatore , Dominick. 2005. *Managerial Economics. Fifth Edition.* Singapore: Thomson Learning.
- Sembiring, Eddy Rismanda .(2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi VIII.*

Sueb, 2001. Pengaruh Biaya Sosial Terhadap Kinerja Sosial, Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi IV, Bandung.

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sujoko dan Soebiantoro Ugy. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. Vol. 9, No. 1, Maret 2007 : 41-48.

Wahidawati, 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency. The Jurnal of Accounting Research.

www.idx.co.id

www.sahamok.com