

Hubungan *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Oleh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas

Yuliusman¹⁾, Indra Lila Kusuma²⁾

¹Jurusan Akuntansi FEB Univ Jambi

²Prodi Akuntansi ITB ASS

*Email korespondensi:: yuliusman@unja.ac.id

Abstract

This study aims to examine the effect of Good Corporate Governance on firm value by disclosing Corporate Social Responsibility and profitability as a moderating variable. Good Corporate Governance variables are measured by CGPI scores. Company value variable is measured by Tobins' Q. Corporate Social Responsibility disclosure variables measured by the GRI 4.0 item checklist. The profitability variable is measured by Return on Assets (ROA). This study uses a sample of companies that participated in the IICG on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2014 - 2018. The sampling technique used was purposive sampling. The sample used in this study amounted to 7 companies, a total of 35 data. The data analysis technique in this study is the moderation regression analysis. The software used for data processing is SPSS version 22 for Windows. The results of hypothesis testing are as follows. First, Good Corporate Governance influences company value. Second, disclosure of Corporate Social Responsibility is able to moderate the relationship between Good Corporate Governance and corporate value. Third, profitability is not able to moderate the relationship between Good Corporate Governance and firm value.

Keywords: *Good Corporate Governance, company value, disclosure of Corporate Social Responsibility, profitability.*

Saran sitasi: Yuliusman., & Kusuma, I. L. (2020). Hubungan *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Oleh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 21 (1), 91-102. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i1.1078>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i1.1078>

1. PENDAHULUAN

Tujuan utama dari perusahaan tidak hanya untuk memenuhi keinginan shareholders tetapi juga stakeholders, baik yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Maka dari itu, perusahaan haruslah dapat menjaga keharmonisan pihak-pihak yang terkait serta tetap menjaga market value dari perusahaan. Tidak hanya itu, perusahaan ideal yang diminati oleh investor tidak hanya dilihat pada fundamental saja, melainkan juga melihat pada *corporate social responsibility* perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan (Pratama, dkk, 2016).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. alasannya karena nilai perusahaan dapat

memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan 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. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelolah kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar (Latupono,2015).

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*. Hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Permanasari, 2010).

Mahendra (2012) menyatakan nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Tujuan didirikannya suatu perusahaan tidak hanya sekadar untuk meraih laba sebesar-besarnya, tetapi juga untuk meningkatkan kemakmuran pihak-pihak yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan, seperti *shareholders* dan *stakeholders*. Salah satu cara untuk meningkatkan kemakmuran pihak-pihak tersebut, antara lain dengan meningkatkan nilai perusahaan. Pada umumnya, tingginya nilai perusahaan dapat memancing ketertarikan investor untuk melakukan investasi di perusahaan itu. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang demikian dianggap memiliki prospek yang bagus dan menjanjikan secara jangka panjang.

Perusahaan selain fokus untuk mencapai profit yang maksimal, juga menaruh perhatian pada lingkungan dan sosial sehingga akan menjadi pertimbangan investor dan calon investor dalam memilih tempat investasi. Selanjutnya, dengan adanya perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial, masyarakat yang merupakan konsumen

perusahaan tersebut akan meningkatkan loyalitasnya atas produk perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan perusahaan. Secara singkat, semakin besar bentuk pertanggung jawaban sosial yang dipraktikkan oleh suatu perusahaan, maka citra perusahaan akan semakin membaik. Sebagaimana pendapat (M Retno dan Priantinah, 2012), investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan dengan image yang positif di mata masyarakat karena dengan image positif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, konsumen yang dalam hal ini adalah masyarakat itu sendiri akan memberikan loyalitasnya secara penuh pada perusahaan. Hal tersebut dapat memberikan dampak jangka panjang bagi perusahaan, yaitu penjualan perusahaan mengalami peningkatan dan pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Nilai saham perusahaan pun akan mengalami peningkatan (M Retno dan Priantinah, 2012).

Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan pengaruh dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Brigham & Houston, 2010). Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas adalah *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *return on equity* dan *return on assets* (Fauzi, 2016).

Mariani, dkk, (2016) menyatakan bahwa konflik keagenan terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian. Konflik keagenan yang mengakibatkan adanya sifat oportunistik manajemen akan mengakibatkan rendahnya kualitas laba. Rendahnya kualitas laba akan dapat membuat kesalahan pembuatan keputusan kepada para pemakainya seperti para investor dan kreditor, sehingga nilai perusahaan akan berkurang. Konflik keagenan menyebabkan penurunan nilai perusahaan (Mariani, 2016). Konflik keagenan menyebabkan timbulnya kebutuhan akan tata kelola perusahaan yang baik. *Good corporate governance* (GCG) pada hakekatnya adalah pengelolaan perusahaan haruslah dilakukan dengan menggunakan tata kelola perusahaan yang baik dan benar (Mariani, dkk 2016). Kebutuhan GCG timbul berkaitan dengan *principal-agency theory* (Mariani, dkk 2016). Sistem corporate governance yang baik memberikan perlindungan efektif kepada pemegang saham dan kreditor. Menurut Mariani, dkk (2014) perusahaan meyakini bahwa implementasi good corporate governance merupakan bentuk lain dari penegakan etika bisnis

dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan, dan implementasi *good corporate governance* berhubungan dengan peningkatan citra perusahaan (Mariani, dkk, 2014).

Implementasi dari *good corporate governance* diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan (Mariani, 2014). Perusahaan yang mempraktikkan *good corporate governance* akan mengalami perbaikan citra dan peningkatan nilai perusahaan (Mariani, 2014). *Good corporate governance* diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan secara menyeluruh (Mariani, 2014).

Penelitian ini merujuk pada penelitian Ratnadewi dan Ulupui (2016) yang meneliti tentang mekanisme *Corporate Governance* sebagai variabel pemoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Ratnadewi dan Ulupui (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Hubungan Good Corporate Governance Dengan Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas**”

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Teory Agency (Teori Keagenan)

Para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*). Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut (Brigham & Houston, 2006 dalam M Retno dan priantinah, 2012).

Good Corporate Governance

Kata *governance* berasal dari bahasa perancis *gubernance* yang berarti pengendalian. Selanjutnya

kata tersebut dipergunakan dalam konteks kegiatan perusahaan atau jenis organisasi yang lain, menjadi *corporate governance* dalam bahasa Indonesia *corporate governance* diterjemahkan sebagai tata kelola atau tata pemerintahan persusahaan. *Good corporate governance* sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (Direksi, dewan komisaris, RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku. (Sutojo dan Aldridge, 2008)

Corporate Governance dapat didefinisikan sebagai suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham/pemilik modal, komisaris/dewan pengawas dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholder lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan nilai-nilai etika. Tujuan *good corporate governance* adalah menciptakan nilai tambah *value added* bagi semua pihak yang berkepentingan bagi perusahaan baik internal seperti dewan komisaris, direksi, karyawan, maupun pihak eksternal yaitu investo, kreditur, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) (Sausan dkk, 2015).

Profitabilitas

Harahap (2009:304) menggambarkan rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga *operating ratio*.

Menurut Suprihati, dkk (2018), ukuran profitabilitas lebih penting daripada ukuran pendapatan atau laba karena sesungguhnya walaupun perusahaan memperoleh laba yang besar akan tetapi belum tentu perusahaan menunjukkan prestasi kerja yang efektif dan efisien. Ningsih dan Sari (2019) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan..

Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktis bisnis. Namun itu bukan amal tetapi itu adalah strategi bisnis inti dari sebuah organisasi. Solihin (2009) Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (stakeholders). Yang di maksud pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Selanjutnya pemangku kepentingan diklasifikasikan ke dalam 2 (dua) kategori, yaitu: *inside stakeholders* dan *outside stakeholders* (Mardikanto, 2014).

Prinsip-prinsip CSR

Mardikanto (2014) telah menetapkan prinsip-prinsip CSR yang meliputi:

- a) Prinsip akuntabilitas, utamanya yang terkait dengan dampaknya terdapat masyarakat dan lingkungan.
- b) Prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan dan integritas.
- c) Prinsip menghormati kepentingan stakeholder, dalam arti harus menghormati mempertimbangkan dan menanggapi kepentingan stakeholders.
- d) Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yaitu organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib.
- e) Prinsip menghormati norma-norma perilaku internasional
- f) Prinsip menghormati hak asasi manusia, dalam arti organisasi harus menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) dalam Laporan Tahunan

Laporan tahunan berisi pengungkapan informasi yang dapat membantu *Stakeholders* dalam pengambilan keputusan. Informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan saja, tetapi

juga berupa informasi non keuangan. Selain digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, pengungkapan dalam laporan tahunan juga digunakan sebagai bentuk akuntabilitas manajemen atas kinerjanya sebagai pengelola perusahaan kepada investor sebagai pemilik. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standart tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yaitu pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan sering kali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan (Rr. Wulan Wahyuningtyas 2010).

Nilai Perusahaan

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Fauzi, dkk, 2016). Nilai perusahaan (Tobin'sQ) adalah perbandingan antara *market value of equity* ditambah *debt* dibagi dengan total asset (Fauzi, dkk, 2016).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Diduga bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- H2 : Diduga bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi terhadap Hubungan antara *Good Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan.
- H3 : Diduga bahwa Profitabilitas mampu memoderasi terhadap Hubungan antara *Good Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya (Sunyoto, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan tahunan, laporan keberlanjutan, laporan CGPI dan ringkasan kinerja perusahaan peserta CGPI yang terdaftar di BEI selama tahun 2012 - 2016 yang di akses dari www.idx.co.id dan website masing – masing perusahaan.

Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data keuangan serta angka-angka yang diperlukan untuk menghitung CSRDI, CGPI, *Return on Asset* (ROA), dan *Tobins'Q*, sedangkan data kualitatif adalah daftar perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index* yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2016. Informasi mengenai CSRDI dapat dilihat dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan, CGPI dapat dilihat dari laporan CGPI, ROA dapat diperoleh dari ringkasan kinerja perusahaan, *Tobins'Q* dapat diperoleh dari nilai laporan posisi keuangan dan harga pasar saham.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang atau benda, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2011). Populasi penelitian ini adalah perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 - 2018. Perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 28 perusahaan. Namun, yang terdaftar berturut turut selama 2014 – 2018 hanya terdapat 7 perusahaan dan semuanya yang memenuhi kriteria perusahaan yang diambil menjadi sampel penelitian. Teknik penarikan sampel penelitian adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu sampel dipilih atas dasar kesesuaian

karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index* yang tercatat di BEI dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index* yang terdaftar di BEI selama tahun 2014 - 2018.
2. Perusahaan mengikuti program *Corporate Governance Perception Index* berturut – turut selama tahun 2014 - 2018.
3. Perusahaan menerbitkan laporan tahunan berturut-turut untuk tahun pelaporan dari 2014 - 2018.
4. Perusahaan mempublikasikan laporan keberlanjutan selama periode 2014 – 2018.
5. Perusahaan menyajikan data lengkap sesuai dengan variabel yang diteliti, yaitu *Corporate Social Responsibility*, CGPI, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Bila serangkaian observasi atau pengukuran data dalam angka-angka, maka pengumpulan angka-angka hasil observasi atau pengukuran sedemikian itu dinamakan data kuantitatif (Dajan, 1996). Analisis kuantitatif dapat dipergunakan untuk membantu memecahkan masalah dengan alat bantu yang berhubungan dengan statistik dan matematika sehingga keputusan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan maka dapat disimpulkan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan angka-angka dan perhitungan statistik untuk menguji suatu hipotesis dengan bantuan alat analisis.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat untuk melaksanakan penelitian tersebut adalah dirumah dan dikampus, karna sebagian dari data yang saya ambil itu berasal dari internet. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar pada waktu-waktu senggang dan santai.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (X) yaitu *Good Corporate Governance* (X_1), pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (*moederating*), profitabilitas (*moderating*), dan nilai perusahaan (Y).

Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Dengan menggunakan statistik deskriptif maka dapat diketahui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2016).

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas data dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil telah memenuhi kriteria sebaran atau distribusi normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov goodness of fit test*. Dengan uji ini dapat diketahui distribusi nilai-nilai sampel teramati terdistribusi normal. Kriteria yang digunakan dengan dua arah (*two tailed test*), yaitu dengan membandingkan probabilitas (*p value*) yang diperoleh dengan taraf signifikansinya adalah 0,05. Jika *pvalue* > 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya. Menurut Ghozali (2016), apabila terjadi gejala normalitas pada model regresi dapat dihilangkan dengan transformasi data.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang berjenis homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru

timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode *t* (berada) dengan kesalahan pengganggu periode *t-1* (sebelumnya). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data time series atau data yang mempunyai seri waktu, misalnya data dari tahun 2000 s/d 2012 (Sunyoto, 2013).

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
- Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW diatas +2 atau $DW > +2$

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Sederhana (*Simple Regressioin Analysis*)

Regresi sederhana menguji hubungan antara satu variabel terikat dengan satu variabel bebas. Regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel GCG terhadap nilai perusahaan. Untuk menguji hipotesis, digunakan persamaan di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z_1 + \beta_3 Z_2 + e$$

Keterangan:

Y : Nilai perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X_1 : *Good Corporate Governance*

Z_1 : *Pengungkapan Corporate Social Responsibility*

Z_2 : Profitabilitas

e : *Residuals of error*

Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regressioin Analysis*)

Metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat (metrik) dan satu atau lebih variabel bebas (metrik) adalah regresi. Regresi moderasi (*moderated regression*) untuk menguji pengaruh variabel moderasi dalam mempengaruhi hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat (metrik) (Ghozali, 2016). Untuk menguji hipotesis, digunakan persamaan di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z_1 + \beta_3 X_1 Z_1 + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z_2 + \beta_3 X_1 Z_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Nilai perusahaan
 α : Konstanta
 β : Koefisien regresi
 X_1 : *Good Corporate Governance*
 Z_1 : *Corporate Social Responsibility*
 Z_2 : Profitabilitas
 X_1Z_1 : Interaksi antara *Good Corporate GovernancedanCorporate Social Responsibility*
 X_1Z_2 : Interaksi antara *Good Corporate Governancedan* profitabilitas
e : *Residuals of error*

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini digunakan uji signifikansi parameter individual (Uji t). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila t hitung > t tabel dan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) < 0,05 maka H_0 yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen ditolak. Ini berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Apabila t hitung < t tabel dan tingkat signifikansi (α) > 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 akan diterima (H_1 ditolak) pada tingkat kepercayaan tertentu jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Dengan demikian variabel bebas ke-i yang diuji tidak mempengaruhi variabel tidak bebas. Dengan kata lain variabel bebas ke-i tidak signifikan secara statistik. Sebaliknya H_0 akan ditolak (H_1 diterima) pada tingkat kepercayaan tertentu jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga variabel bebas ke-i yang diuji mempengaruhi variabel tidak bebas.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi/ R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2016). Menurut Ghozali (2016) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R² Square* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi moderasi. Analisis tersebut memanfaatkan *software* SPSS versi 22 *for windows*. Data yang digunakan untuk analisis statistik deskriptif dan analisis regresi moderasi adalah nilai masing-masing indikator di setiap variabel yang bersumber dari hasil perhitungan formulasi dari indikator bersangkutan.

Koefisien Determinasi

Uji determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui besaran dalam persen pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). (Persamaan 1) hasil uji determinasi bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,149 yang mengandung arti bahwa 14,9% besarnya nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel *Good Corporate Governance*, sedangkan sisanya 15,1% (100% - 14,9%) lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai koefisien determinasi termasuk dalam kategori sangat lemah (0,00-0,20). (Persamaan 2) hasil uji determinasi bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,502 yang mengandung arti bahwa 50,2% besarnya nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel *Good Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Interaksi antara *Good Corporate Governancedengan* pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan sisanya 49,8% (100% - 50,2%) lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai koefisien determinasi termasuk dalam kategori kuat (0,41 - 0,70). (Persamaan 3) hasil uji determinasi bahwa nilai

adjusted R square sebesar 0,029 yang mengandung arti bahwa 2,9% besarnya nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, Interaksi antara *Good Corporate Governancedengan* Profitabilitas, sedangkan sisanya 97,1% (100% - 2,9%) lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai koefisien determinasi termasuk dalam kategori lemah (0,21 – 0,40).

b. Pembahasan

1) Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan diketahui bahwa *Good Corporate Governance* mempengaruhi nilai perusahaan. Tabel 4.6 menunjukan bahwa nilai t-hitung *Good Corporate Governance* adalah sebesar $-2,467 > t\text{-tabel } 2,03452 (df = 35 - 2 = 33; \alpha = 5\%)$ dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05 (\alpha = 5\%)$. Hasil ini menjelaskan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis 1 (H_1) dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini didukung oleh Penelitian yang dilakukan oleh Stacia (2015) dan Wardoyo dan Veronica (2013) menemukan hasil yang berbeda dimana *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan menurut penjelasannya kenaikan atau penurunan pada nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh nilai CSR. *Shareholder* tidak terlalu memperhatikan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, dan berbeda dengan penelitian Widyanti (2014) dan Ratih (2011), yang membuktikan bahwa *corporate governance* mampu memengaruhi nilai perusahaan secara positif. Penerapan GCG yang baik menyebabkan manajer lebih transparan dalam mengelola perusahaan dan kontrol publik akan menjadi lebih kuat. Perusahaan yang memiliki skor GCG yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para *stakeholder*, dimana *stakeholder* menganggap bahwa perusahaan yang memiliki skor GCG yang tinggi akan lebih memperhatikan kepentingan *stakeholder*, hal ini yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

2) Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi Hubungan Antara *Good Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung variabel interaksi antara *Good Corporate Governance* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X_1Z_1) terhadap nilai perusahaan (Y) sebesar $-4,701 < t\text{-tabel } -2,04523 (df = 35 - 6 = 29; \alpha = 5\%)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05 (\alpha = 5\%)$. Hasil ini menjelaskan bahwa interaksi antara *Good Corporate Governance* dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis 2 (H_2) dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Mutmainah (2015) bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka makin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan.

Berbeda dengan penelitian Amanti (2012) yang menunjukkan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan. Hal tersebut mungkin dikarenakan investor di Indonesia cenderung untuk membeli saham untuk memperoleh *capital gain* (peningkatan harga saham) yang cenderung membeli dan menjual saham secara harian (*daily trader*), tanpa memperhatikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang, dan penelitian prastuti dan budiasih (2015) yang juga menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh *good corporate governance* pada nilai perusahaan.

3) **Profitabilitas tidak memoderasi Hubungan Antara Pengungkapan Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan.**

Berdasarkan hasil pengujian interaksi antara *Good Corporate Governance* dengan Profitabilitas (X_1Z_2) terhadap nilai perusahaan (Y). tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai t-hitung profitabilitas adalah sebesar $-0,206 < t\text{-tabel } 2,04523$ ($df = 35 - 6 = 29$; $\alpha = 5\%$) dan nilai signifikansi $0,838 > 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hasil ini menjelaskan bahwa interaksi antara *Good Corporate Governance* dengan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis3 (H_3) dalam penelitian ini ditolak.

Penelitian Sausan (2015) dan Tohirin (2011) menguatkan hasil penelitian ini bahwa profitabilitas bukan merupakan moderating antara pengungkapan GCG terhadap nilai perusahaan. Saat profitabilitas perusahaan di rasa baik maka calon investor tanpa pertimbangan banyaknya pertanggung jawaban sosial maupun tata kelola perusahaan, tetap akan berinvestasi diperusahaan. Bila inverstor cukup *concern* pada pertanggungjawaban tata kelola yang dilakukan oleh perusahaan, maka berapapun profit yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi keputusan tersebut. Berbeda dengan hasil penelitian Permatasari dan Gayatri, (2016), bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh good corporate governance pada nilai perusahaan.

4. **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang mengikuti IICG periode 2012 – 2016, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang mengikuti IICG periode 2012 – 2016.
- b. *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang mengikuti IICG periode 2012 – 2016.
- c. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance*

terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang mengikuti IICG periode 2012 – 2016.

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagi perusahaan, diharapkan memenuhi tanggung jawab perusahaan dalam hal tata kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial dan lingkungan guna meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan calon investor.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel independen lain yang terkait dengan nilai perusahaan, seperti leverage dan struktur kepemilikan Penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian dan menggunakan alat uji yang berbeda agar memperoleh hasil penelitian yang dapat diperbandingkan, seperti analisis regresi data panel.

5. **REFERENSI**

- Aczel, Amir D, 2008. *Complete Business Statistics*. Third Edition. Irwin. America.
- Amilia L. S. dan Wijayanto. 2007. Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance. Proceedings The 1st Accounting Conference Depok, 7-9 November
- Amanti, Lutfilah, 2009. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi” (Studi Kasus Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI).
- Amanti, Lutfilah. 2012. Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Surabaya Vol. 1 No.1
- Becchetti, L., Ciciretti, R., & Hasan, I. 2007. *Corporate So-cial Responsibility and Shareholder’s Value: An Event Study Analysis*. Working Paper. Series Federal Reserve Bank of Atlanta.
- Brigham dan Houston, 2006. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. (Edisi 10). Salemba Empat. Jakarta.
- Brigham dan Houston, 2010. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (Edisi 11). Salemba Empat. Jakarta.

- Casario, et al, 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance* dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. prosiding Akuntansi. ISSN : 2460-6561.
- Chung K.H. and Pruitt S,W 1994. *A Simple Approximation Of Tobin's Q, Financial Management*, Vol. 23, No.3 Autumn.
- Dajan, Anto, 1996. Pengantar Metode Statistik, Jilid Kedua, LP3ES, Jakarta.
- Erawati, Ni Made Adi, 2017. *Corporate Social Responsibility* Pemoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan.
- Ghozali, 2014. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP , Semarang
- Ghozali, Imam. 2016 Analisis Multivariate dengan SPSS 23. Jakarta: Salemba Empat.
- Gray et al. 1987. *Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristic: A Research Note and Extension. Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 28, No. 3, p.327-356.
- Fiona, Jessica, 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility disclosure* terhadap *firm Value* dimoderasi oleh *Good Corporate Governance*. JOM Fekon, Vol. 4 No. 1 (Februari 2017).
- Fauzi, Armi Sulthon, 2016. Pengaruh Gcg Dan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal InFestasi Vol. 12, No.1.
- Frysa, Paradita Purwaningtyas & Irene Rini Dewi pengestuti, 2011. Analisis pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
- Harahap, Sofyan Syafri, 2010. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan.
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo, 2011. *Metodelogi Penelitian Bisnis* untuk akuntansi dan manajemen. Edisi pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Jensen, M. and Meckling, W..1976. *iTheory of the Firm: Managerial Behavior Agency Cost, and Ownership Structure*, *Journal of Finance Economics* 3, pp. 305-360.
- Kasmir, 2013. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kurnianingsih, 2016. "pengaruh mekanisme *corporate governance* dan pengungkapan lingkungan terhadap nilai perusahaan"
- Latupono, Siti Sapia, 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan: *Good Corporate Governance* Variabel Moderating, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 8 (2015).
- Made, Ayu Gusti 2013. "Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3 (2013): 723-738.
- Mahendra, Alfredo. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Universitas Udayana. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2 Agustus 2012.
- Mardikanto, Totok, 2014. *Corporate soacial responsibility* (Tanggung Jawab sosial korporasi).
- Mardiyati, Umi., Ahmad, Gatot., dan Putri, Ria. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol. 3, No. 1, 2012.
- Mariani, Wayan Eny 2014. Kemampuan *Good Corporate Governance* Dan Csr memoderasi Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Universitas Udayana 5.9 (2016): 2801-2836.
- Melani, Sulistia, 2017. Pengaruh Csr Dan Gcg terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Volume 6, Nomor 10, Oktober 2017.
- M Retno, Reny Dyah, 2012. Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012*.
- Mutmainah, 2015. Analisis *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. *EKSIS* Volume X No 2, Oktober 2015.
- Ningsih, S., & Sari, S. P. (2019). Analysis Of The Effect Of Liquidity Ratios, Solvability Ratios And Profitability Ratios On Firm Value In Go Public Companies In The Automotive And Component Sectors. *International Journal of Economics*,

Jurnal Akuntansi dan Pajak, 21 (01), 2020, 101

Business and Accounting Research (JEBAAR), 3(04).

- Permanasari, Wien Ika, 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. skripsi fakultas ekonomi universitas diponegoro.
- Permatasari, Luh Wulan dan Gayatri, 2016. Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.14.3
- Parsa, Sepideh dan Reza Kouhy. 1994. “*Disclosure of Social Information by UK Companies; a Case Study of Legitimacy Theory.*” Diakses tanggal 6 April 2008.
- Prastuti, Ni Keturt Karlina, dan Budiasih 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance* Pada Nilai Perusahaan Dengan Moderasi *Corporate Social Responsibility*. E-Jurnal akuntansi univErsitas udayana 13.3 (2015): 114 – 129.
- Pratama, Ghifari Luthfan, 2016. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi *e-procedding of management*: Vol.3, No3 december 2016.
- Purnawati, Gusti Ayu, 2017. *Good Corporate Governance* dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 21, No. 2.
- Putri, Ayu Kemala, 2016 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan, *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* Vol 14 No 2, 2016.
- Ratih, Dyah, 2012, implementasi Kebijakan Publi. Gava Media: Yogyakarta.
- Ratnadewi, Ari Putu 2009. “Mekanisme *Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan”, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 8.3 Vol 14.1. Januari 2016: 548-574.
- Rustiarini, N. W, 2010. Pengaruh *Corporate Governance* pada hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. symposium nasional akuntansi XIII.
- Samsi, 2014. *The Effect of Corporate Governance on the Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure asnd Corporate Value.*
- Saraswati, Rara, 2012. Pengaruh *Corporate Governance* Pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei.
- Sausan, Hany Afifah, 2015. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Volume 12 No 2.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta.” *Simposium Nasional Akuntansi* 8.
- Sialagan, hamanangon, dan Mas’us Machfoedz 2006. Mekanisme *Corporate Governance*, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. SNA 9 Padang.
- Solihin, Ismail, 2009. *Corporate Social Responsibility From charity to Sustaibility*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stacia, Evelyn 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, Vol. 3, No. 2, Agustus2 015.
- Sucipto, 2003. Penilaian Kinerja Keuangan, Jurnal Akuntansi, Program Sarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Sukamulja, Sukmawati. 2004, “*Good Corporate Governance* di Sektor Keuangan: Dampak Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan”. Vol.8.No.1. Juni 2004. Hal 1-25.
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali konsumen). PT Buku Seru. Jakarta.
- Suprihati, S., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2018, October). Analisis Rasio Laporan Keuangan Terhadap Profitabilitas Bank Yang Terdaftar Di BEI. In *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS* (pp. 158-167).
- Susanti, 2012. *The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability and Leverage as a Moderating Variable.*
- Sutojo, siswanto, 2008. *Good Corporate Governance*.
- Sugiyono, 2007. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta: Bandung.

- Tohirin, 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, Jakarta: PT Raja Grafindo, cet. 01
- Utami, Sri, dan Sawitri Dwi Prastiti. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 16, No.1, Hal. 63-69.
- Wahyudin, Z. 2008. *Good Corporate Governance pada Badan Usaha Manufaktur, dan Jasa Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuningtyas Wulan Rr. , 2010. Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. Wardoyo dan Veronica, T. R. 2013. Pengaruh Good Corporate Governace, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 4, No 2, pp:132-149
- Widyanti, Shabrina. 2014. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Pengungkapan Corporate Social Responbility, dan Corporate Governace pada Nilai Perusahaan. Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. www.idx.co.id