



Research article

Open Access

Good corporate governance, pengungkapan corporate social responsibility dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Section:
Financial management

Melissa Astuti Pasaribu & Swarmilah Hariani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta

Abstract

This study aims to determine and prove that the influence of good corporate governance, disclosure of corporate social responsibility, and firm size has implications for the company's values. The sample in this study amounted to 100 from the observation data of the population of 25 companies in the consumer goods manufacturing industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2019. The sampling technique uses the purposive sampling method. Data analysis techniques use analysis using SPSS version 23. The results of this study show that good corporate governance proxied through the audit committee and for disclosure of corporate social responsibility is positive and not significant to the company's value. At the same time, the firm size has a positive and significant on the value of the company.

Received: 15 Oct 2022
Revised: 20 Dec 2022
Accepted: 26 Dec 2022
Online: 30 Dec 2022

JRMB
Jurnal Riset
Manajemen dan Bisnis

Vol. 7, No.2, 2022
pp. 67- 80

Keywords:

Corporate value, good corporate governance, disclosure of corporate social responsibility, firm size

Corresponding author

Hariani Swarmilah

Email: swarmilahhariani@mercubuana.ac.id

© The Author(s) 2022

DOI: <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i2.724>



CC BY: This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan suatu tujuan jangka panjang perusahaan yang dapat dilihat dari harga persahamnya (Yudoko, 2017). Nilai perusahaan dapat dijadikan sebagai suatu penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan (Sulastri, 2016). Pentingnya nilai perusahaan dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keadaan perusahaan tersebut dan menentukan minat para investor untuk menginvestasikan dana mereka di perusahaan tersebut (Sulastri, 2016).

Nilai perusahaan yang tinggi disebabkan nilai sahamnya tinggi, begitu pula sebaliknya nilai perusahaan yang rendah disebabkan nilai saham perusahaan tersebut juga sedang rendah (Dewi & Sanica, 2017). Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan nilai *Price to Book Value (PBV)* suatu perusahaan (Mustanda & Suwardika, 2017). *Price to Book Value (PBV)* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur mahal atau murahnya suatu saham (Putri & Mardenia, 2019). Perusahaan dikatakan bagus ketika nilai *Price to Book Value (PBV)* >1, jika nilai *Price to Book Value (PBV)* semakin tinggi maka perusahaan sukses menghasilkan suatu harga ataupun kesehataan untuk para investornya. Akan tetapi, perusahaan dikatakan kurang bagus ketika ketika nilai *Price to Book Value (PBV)* <1 (World Bank, 2003).

Salah satu fenomena yang banyak diperbincangkan akhir-akhir ini adalah fluktuasi nilai saham atau harga saham di pasar modal yang mana hal tersebut berhubungan dengan isu dari fluktuasi nilai perusahaan itu sendiri. Berdasarkan berita publikasi oleh investing.com tanggal 12 Februari 2019 menunjukkan bahwa sektor barang konsumsi (*consumer goods*) mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke tahun 2017, namun pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 10,21%. Data pergerakan saham perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2019 mengalami peningkatan nilai perusahaan pada tahun 2016-2017. Namun ditahun 2018-2019 mengalami penurunan nilai perusahaan, dimana ditahun 2019 sektor industri barang konsumsi menjadi indeks paling anjlok dengan minus mencapai 19,31%. Penurunan ini menyebabkan minat investor untuk melakukan investasi mengalami penurunan. Banyak faktor yang mempengaruhi dalam meningkatkan nilai perusahaan, baik dari segi internal maupun eksternal (*Forum For Corporate governance in Indonesia (FCGI)*, 2011). Faktor tersebut tidak hanya dapat dilihat dari bagian finansialnya saja, namun dapat dilihat dari bagian non finansial perusahaan. Faktor tersebut antara lain adalah *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan.

Good Corporate Governance adalah kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan (Pradana & Astika, 2019). *Good Corporate Governance* merupakan sistem tata kelola perusahaan yang menggambarkan dan menjelaskan bagaimana hubungan dari berbagai partisipan dalam menentukan tujuan dan kinerja perusahaan (Chrisdianto, 2013; Mardiyarningsih & Kamil, 2020). Pelaksanaan GCG telah diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Dengan adanya UU tersebut seharusnya dapat meningkatkan jumlah perusahaan yang menerapkan GCG, namun kenyataannya malah sebaliknya perusahaan yang menerapkan GCG masih sangat rendah. Rendahnya tingkat pelaksanaan dan penerapan GCG ini akan menjadi penghalang perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor, karena ketika investor akan berinvestasi disebuah perusahaan GCG menjadi salah satu faktor yang diperhatikan investor (Chrisdianto, 2013). Untuk mewujudkan penerapan GCG yang baik, maka perusahaan

membutuhkan pihak atau kelompok untuk memonitor implementasi GCG, dimana pihak tersebut yaitu komite audit (Mardiyaningsih & Kamil, 2020).

Corporate Social Responsibility merupakan suatu informasi yang sangat penting untuk dipertimbangkan investor dalam pengambilan keputusan investasi (Andreas et al., 2015). *Corporate Social Responsibility* menjelaskan bagaimana perusahaan bertanggung jawab dalam memperbaiki masalah sosial dan kerusakan lingkungan terjadi akibat kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan (Pradana & Astika, 2019). *Corporate Social Responsibility* merupakan kegiatan yang bukan bersifat sukarela namun kewajiban yang harus dilaksanakan perusahaan (Suwenti et al., 2017). Perusahaan yang menyadari manfaat menerapkan CSR akan memperoleh pengaruh yang baik (Andreas et al., 2015). Pengaruh baik tersebut yaitu dapat membantu untuk meningkatkan reputasi perusahaan, kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen dan investor terhadap kinerja perusahaan akan berdampak baik pada penjualan dan pendapatan yang nantinya menyebabkan *profit* perusahaan akan meningkat. Nilai saham perusahaan akan meningkat apabila aktivitas perusahaan berjalan lancar (Andreas et al., 2015).

Pelaksanaan CSR telah diatur dalam UU Nomor. 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman Modal dan UU Nomor. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Dengan adanya UU tersebut seharusnya dapat meningkatkan jumlah perusahaan yang menerapkan CSR namun kenyataannya malah sebaliknya. Perusahaan yang menerapkan CSR masih sangat rendah. Rendahnya tingkat pelaksanaan dan pengungkapan CSR ini akan menjadi penghalang perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor, karena ketika investor akan berinvestasi disebuah perusahaan CSR menjadi salah satu faktor yang diperhatikan investor (Pradana & Astika, 2019).

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/ POJK.04/2015 menyatakan bahwa komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi dewan komisaris. Komite audit adalah pihak yang tanggung jawab untuk mendukung fungsi pengawasan yang dijalankan oleh dewan komisaris atas proses pelaporan keuangan, pengendalian internal dan pelaksanaan audit, penerapan GCG serta dalam melaksanakan tugas-tugas lainnya yang telah diberikan oleh dewan komisaris (Chrisdianto, 2013). Selain itu komite audit dan juga sebagai perantara antara pemegang saham dan dewan komisaris dalam sistem kegiatan pengendalian perusahaan yang dilakukan oleh manajemen serta auditor internal dan eksternal perusahaan serta untuk memastikan kalau kinerja para manajer sudah benar-benar meningkat sebagai bagian untuk mencapai tujuan perusahaan (Mardiyaningsih & Kamil, 2020). Jadi dengan adanya komite audit maka diharapkan dapat mendorong terlaksananya GCG sehingga terciptanya prinsip-prinsip GCG dalam perusahaan serta akan berpengaruh pada peningkatan permintaan saham sehingga harga saham meningkat sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menilai suatu perusahaan, sehingga bagi para investor ukuran perusahaan sangat penting (Suwenti et al., 2017). Tolak ukur dari ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah total aset yang dimiliki perusahaan (Andreas et al., 2015). Total aset yang besar yang dimiliki perusahaan, dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar (Fauzi et al., 2016). Sebaliknya, perusahaan yang memiliki total aset yang kecil dikategorikan sebagai perusahaan kecil (Dewi & Sanica, 2017). Perusahaan yang memiliki total aset yang besar, dianggap memiliki kemampuan sumber daya lebih dalam meningkatkan profit dan memajukan perusahaan (Marius & Masri, 2017).

Para peneliti sebelumnya telah mendokumentasikan berbagai factor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berbagai penelitian sebelumnya mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (Ali & Amir, 2018; Armadi & Astika, 2016; Dewi & Sanica, 2017;

Farida et al., 2019; Fauzi et al., 2016; Hafez, 2016; Hirdinis, 2019; Indriyani, 2017; Iskandar & Riana, 2017; Kusumayanti & Astika, 2016; Mardiyarningsih & Kamil, 2020; Marius & Masri, 2017; Onasis & Robin, 2016; Pradana & Astika, 2019; Rudangga & Sudiarta, 2016; Rusli et al., 2020; Samasta et al., 2018; Susanto & Ardini, 2016; Susilawati, 2019). Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu dimana variabel-variabel yang digunakan ada yang berpengaruh positif dan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil inilah yang menjadi motivasi peneliti untuk melakukan penelitian kembali karena adanya ketidakkonsistenan faktor - faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Good corporate governance dan nilai perusahaan

Komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Rusli et al., 2020). Keberadaan komite audit dalam perusahaan itu sangat penting, dimana bertugas dan bertanggung jawab untuk memonitor manajemen dan memberi masukan kepada dewan komisaris yang mampu menjadi jaminan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Rusli et al., 2020). Jumlah komite audit menjadi salah satu faktor penentu dalam meningkatkan efektifitas fungsi dari komite audit, khususnya yang berhubungan dengan terjadinya benturan kepentingan dan tindakan-tindakan yang akan merugikan nilai perusahaan (Rusli et al., 2020). Jadi apabila jumlah komite audit semakin banyak maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya apabila jumlah komite audit semakin sedikit kemungkinan nilai perusahaan juga akan semakin kecil.

Jumlah komite audit yang semakin banyak berpengaruh terhadap nilai perusahaan semakin tinggi, sebaliknya apabila jumlah komite audit semakin sedikit kemungkinan nilai perusahaan akan semakin rendah (Nasution, 2020). Keberadaan komite audit diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengawasan internal yang pada akhirnya ditujukan untuk memberikan perlindungan kepada para pemegang saham (Nasution, 2020). Keberadaan komite audit sangat diperlukan dalam perusahaan, khususnya di pasar modal (Samasta et al., 2018). Komite audit bermanfaat untuk mengatur mekanisme pemerintahan korporasi, bahkan keberadaan komite audit dianggap lebih penting daripada jumlah dewan direksi dalam perusahaan (Samasta et al., 2018). Komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Ali & Amir, 2018).

Pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan

Semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Sanica, 2017). Hal ini disebabkan karena dengan dilaksanakannya pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan maka investor akan merespon positif hal tersebut. Respon positif tersebut akan menyebabkan banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan, yang nantinya menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan (Dewi & Sanica, 2017). Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan secara luas dalam laporan tahunannya ternyata mampu memberikan dampak terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana akan terjadi peningkatan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Sanica, 2017).

Pengungkapan *corporate social responsibility* lingkungan pada perusahaan manufaktur terbukti mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Jadi saat perusahaan manufaktur tersebut sudah melaksanakan *corporate social responsibility* terhadap lingkungan disekitarnya maka akan direspon

baik oleh investor, sehingga nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan (Marius & Masri, 2017). Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan (Fauzi et al., 2016). Perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi apabila informasi tersebut dianggap bermanfaat dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat memanfaatkan informasi CSR menjadi suatu kelebihan kompetitif yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Fauzi et al., 2016). *Corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan menurut (Adhitya et al., 2016; Farida et al., 2019; Susanto & Ardini, 2016).

Ukuran perusahaan dan nilai perusahaan

Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaannya (Armadi & Astika, 2016; Rudangga & Sudiarta, 2016). Semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin kecil pula nilai perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016). Perusahaan yang memiliki skala atau ukuran besar, menyebabkan perusahaan tersebut akan semakin mudah dalam memperoleh sumber pendanaan yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Indriyani, 2017; Novari & Lestari, 2016). Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Novari & Lestari, 2016). Nilai perusahaan yang cenderung meningkat disebabkan karena ukuran perusahaan yang semakin besar (Kusumayanti & Astika, 2016). Saat investor melihat adanya peningkatan dan perkembangan yang baik berasal dari perusahaan tersebut maka investor akan menganggap bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang bagus (Pradana & Astika, 2019). Banyaknya respon positif dari investor, maka akan lebih mudah untuk mencapai dan memaksimalkan nilai perusahaan, (Pradana & Astika, 2019).

METODE

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas, sifat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2019. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya yaitu dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria data perusahaan akan digunakan sebagai sampel antara lain: (1) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif periode 2016-2019. (2) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menyediakan laporan tahunan *Good Corporate Governance* berturut-turut secara lengkap selama periode penelitian 2016-2019. (3) Perusahaan yang menyediakan informasi mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility* berdasarkan standar GRI G-4 periode 2016-2019. (4) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak terdaftar secara berturut-turut dan tidak melaporkan laporan keuangannya selama periode penelitian 2016-2019.

Pengukuran

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan PBV (*price tobook value*). PBV mengukur nilai perusahaan berdasarkan perbandingan harga pasar saham dengan nilai buku ekuitasnya yang mengacu pada penelitian (Pradana & Astika, 2019) adalah sebagai berikut::

$$\text{PBV (price to book value)} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Book Value}}$$

Good Corporate Governance diproksikan menggunakan jumlah komite audit. Rumus yang digunakan mengacu pada penelitian Debby et al. (2014) dalam (Marceline & Harsono, 2017) sebagai berikut:

$$\text{Komite Audit} = \sum \text{Anggota Komite Audit dalam Setahun}$$

Corporate social responsibility yang diukur dengan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dengan melihat enam indikator kinerja yang terdiri dari 91 item *Global Reporting Initiatives* (GRI) versi G.4 pada tahun 2013 yang didalamnya terdiri dari kategori ekonomi (9 indikator), lingkungan (34 indikator), praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja (16 indikator), hak asasi manusia (12 indikator), masyarakat (11 indikator), dan tanggung jawab atas produk (9 indikator).

Pendekatan untuk menghitung CSRI yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan untuk nilai 0 jika tidak diungkapkan pada laporan yang ada. Selanjutnya untuk memperoleh skor dari setiap item maka dijumlahkan keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus yang digunakan dalam menghitung pengungkapan *corporate social responsibility* mengacu pada penelitian (Pradana & Astika, 2019) adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j = CSR Disclosure Index perusahaan j

X_{ij} = nilai 1= jika item i diungkapkan; nilai 0 = jika item i tidak diungkapkan

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j

Ukuran perusahaan dapat diproksikan dengan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah besar dapat memiliki pertimbangan mengenai pemanfaatan dananya yang nantinya di masa depan diharapkan dapat memberikan dampak baik pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan menggunakan rumus nilai *log natural* total aset yang mengacu pada penelitian (Pradana & Astika, 2019) adalah sebagai berikut:

$$\text{Size} = \ln (\text{total asset})$$

HASIL DAN DISKUSI

Uji statistik deskriptif

Variabel NP dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio *price book value* (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0,16 dimiliki oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk pada tahun 2018. Hasil ini menunjukkan bahwa *Price to Book Value* (PBV)<1, yang artinya bahwa nilai pasar lebih kecil dari pada

nilai buku perusahaan. Nilai *Price to Book Value* (PBV) yang kecil menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang dalam keadaan buruk. Hal ini tentu akan membuat investor tidak tertarik menanamkan modalnya, sehingga menyebabkan harga saham perusahaan menurun. Nilai maksimum 20,56 dimiliki oleh PT Indofarma Tbk pada tahun 2018. Hasil ini menunjukkan bahwa *Price to Book Value* (PBV) > 1, yang artinya bahwa nilai pasar lebih besar dari pada nilai buku perusahaan. Nilai *Price to Book Value* (PBV) yang besar menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang dalam keadaan baik. Kinerja perusahaan yang semakin baik tersebut akan dijadikan pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya dan perusahaan tersebut dapat meningkatkan harga sahamnya. Nilai rata-rata sebesar 2,9709 serta nilai standar deviasi sebesar 3,22465.

Variabel GCG dalam penelitian ini diukur menggunakan jumlah komite audit setiap tahun memiliki nilai minimum sebesar 2 dimiliki oleh PT Martina Berto Tbk pada tahun 2016 sampai dengan 2019. Jumlah komite audit ini tidak sesuai dengan ketentuan dari Keputusan Ketua Bapepam Kep29/PM/2004 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/ POJK.04/2015 yang mengharuskan perusahaan memiliki komite audit sekurang-kurangnya 3. Nilai maksimum sebesar 4 dimiliki oleh Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk pada tahun 2016, PT Kino Indonesia Tbk pada tahun 2018 dan Langgeng Makmur Industri Tbk pada tahun 2017 sampai tahun 2019. Nilai ini sudah sesuai dengan ketentuan surat Keputusan Ketua Bapepam Kep29/PM/2004. Nilai rata-rata sebesar 3,01 serta nilai standar deviasi sebesar 0,30134.

Variabel CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan kerangka indikator GRI-G4 memiliki nilai minimum sebesar 0,19 dimiliki oleh PT Tri Banyan Tirta Tbk pada tahun 2017. Hasil ini menunjukkan akan kesadaran untuk mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* perusahaannya masih rendah. Dari total perusahaan yang diteliti, perusahaan lebih sedikit melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* pada kategori masyarakat. Nilai maksimum sebesar 0,78 PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2018 dan tahun 2019. Hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran untuk mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* perusahaannya sudah tinggi dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* kepada *stakeholder*. Dari total perusahaan yang diteliti, perusahaan lebih sedikit melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* pada kategori lingkungan dan sosial. Nilai rata-rata variabel CSR sebesar 43,73 serta nilai standar deviasi sebesar 0,18574.

Variabel ukuran perusahaan disini diukur dengan menggunakan Total asset ($\ln_{asset}$), memiliki nilai minimum sebesar Rp 139.809.135.385 dimiliki oleh PT Kedaung Indah Can Tbk pada tahun 2016. Nilai maksimumnya sebesar Rp 96.198.559.000.000 dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2018. Nilai rata-ratanya sebesar 28,8546 serta nilai standar deviasi sebesar 1,70770.

Analisis regresi berganda

Nilai koefisien korelasi yang dihasilkan sebesar 0,316 dan untuk nilai koefisien determinasi sebesar 0,295 atau sebesar 29,5 %. Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar 29,5% dari variabel *good corporate governance*, pengungkapan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan variabel nilai perusahaan. Sisanya sebesar 70,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini. Nilai F_{hitung} sebesar 14,783 dinyatakan dengan tanda positif maka arah hubungannya adalah positif. Dengan signifikansi Pvalue sebesar 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari tingkat alpha yang telah ditetapkan 5% atau $\alpha = 0,05$. Hasil ini memberikan makna bahwa seluruh variabel independen yaitu GCG, pengungkapan CSR dan UK secara bersama-sama berpengaruh terhadap NP di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2016-

2019. Dengan kata lain, *good corporate governance*, Pengungkapan *corporate social responsibility*, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kriteria pengujian dan data maka didapatkan hasil pengujian hipotesis yaitu: Variabel GCG diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 0,110. Nilai ini lebih kecil dari nilai T_{tabel} yaitu $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,110 < 1,66$). Nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,913, nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi alpha yang telah ditetapkan 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa GCG berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap NP. Selanjutnya CSR diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 0,698. Nilai ini lebih kecil dari nilai T_{tabel} yaitu $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,698 < 1,66$). Nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,487, nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi alpha yang telah ditetapkan 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap NP. Terakhir, ukuran perusahaan diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 5,343. Nilai ini lebih besar dari nilai T_{tabel} yaitu $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,343 > 1,66$). Nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi alpha yang telah ditetapkan 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa UK berpengaruh positif dan signifikan terhadap NP.

Tabel 1.

Hasil analisis regresi

Variabel	β	SE	t	Sig.
(Constant)	-9.706	2.067	-4.695	0.000
GCG	0.094	0.853	0.110	0.913
CSR	0.203	0.290	0.698	0.487
UK	6.898	1.291	5.343	0.000
Adj. R square	0.316			
F-statistics	14.783			

Pembahasan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien 0,094 dengan tingkat signifikansi GCG 0,913 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti *good corporate governance* positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti atau ditolak.

Hasil tidak signifikan ini kemungkinan terjadi karena adanya komposisi komite audit yang terpilih tidak memiliki pengalaman dan keahlian dibidang akuntansi atau keuangan. Hal ini menyebabkan fungsi, tugas dan tanggung jawab dari komite audit tidak berjalan dengan baik. Bisa juga jumlah komite audit yang terlalu banyak akan membuat kehilangan fokus saat melaksanakan tugasnya dan mungkin juga akan menyebabkan kurangnya kontribusi dalam melaksanakan tugasnya. Hal lain yang mungkin menyebabkan tidak signifikan karena adanya pembentukan komite audit yang dilakukan oleh beberapa perusahaan yang tidak sesuai dengan karakteristik suatu komite audit seperti yang telah diatur. Salah satunya yaitu kemungkinan disebabkan oleh adanya jumlah anggota komite audit yang tidak sesuai dengan peraturan yang ada, yaitu Keputusan Ketua Bapepam Kep29/PM/2004 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/POJK.04/2015 yang mengatur bahwa keanggotaan komite audit sekurang-kurangnya terdiri dari 3 (tiga) orang anggota.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Fauzi et al., (2016), Iskandar & Riana, (2017) dimana dalam penelitiannya menemukan bahwa tidak adanya pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menggambarkan bahwa keberadaan komite audit bukan menjadi jaminan bahwa kinerja perusahaan semakin baik, sehingga keberadaanya belum mampu untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan hasil peneliti terdahulu dari Sondokan et al., (2019), Samasta et al., (2018), Rusli et al., (2020), Mardiyarningsih & Kamil, (2020) dan Ali & Amir, (2018) yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peranan komite audit sangat penting dalam perusahaan, dimana memiliki banyak tanggung jawab dalam mendukung fungsi pengawasan yang dijalankan oleh dewan komisaris atas proses pelaporan keuangan, pelaksanaan audit, pengendalian internal, dan penerapan *good corporate governance* serta melaksanakan tugas-tugas lainnya dalam perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien 0,203 dengan tingkat signifikansi CSR 0,487 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti pengungkapan *corporate social responsibility* positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti terbukti atau ditolak.

Hasil tidak signifikan ini dikarenakan kualitas pengungkapan *corporate social responsibility* masih rendah, dimana hanya sedikit perusahaan yang sudah mengikuti standar pelaporan internasional atau *sustainability reporting guidelines G-4* yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Hal lain yang dapat menyebabkan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak signifikan pada nilai perusahaan yaitu dimana perusahaan belum melakukan pengkomunikasian pengungkapan *corporate social responsibility* secara tepat sehingga makna *corporate social responsibility* belum dapat diterima dengan baik oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Disamping itu mungkin saja manajemen belum menyadari arti penting pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai investasi sosial jangka panjang dan manajemen belum memahami bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap saham masih rendah diikuti dengan rendahnya nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil ini memberikan implikasi teoritis bahwa teori legitimasi tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate social responsibility* belum mampu mendukung teori legitimasi bahwa perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari masyarakat atau lingkungan sosial yang ada di sekitarnya sehingga perusahaan belum dapat menempatkan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai kerangka kebijakan dalam pengambilan keputusan yang dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian peneliti terdahulu yang dilakukan Pradana dan Astika (2019), Hafez (2016) dan Susilawati (2019) dalam penelitiannya menemukan tidak adanya hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan karena ketidaksiapan pasar mengenai komitmen perusahaan dalam melakukan *corporate social responsibility* serta investor memandang negatif mengenai kebenaran aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, yang menjadi alasan dasar tidak ada hubungan diantara

keduanya. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan hasil peneliti terdahulu dari Dewi dan Sanica (2017), Marius dan Masri (2017), Susanto dan Ardini (2016), Fauzi et al (2016), Farida et al (2019), dan Adhitya, dkk (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan keuangan perusahaan terbukti meningkatkan nilai perusahaan karena investor akan merespon positif *corporate social responsibility* yang telah dilakukan perusahaan.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien 6,898 dengan tingkat signifikansi UK 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti ukuran perusahaan positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti atau diterima.

Perusahaan yang memiliki ukuran besar dan memiliki total aset yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih baik dan stabil. Selain itu, perusahaan yang memiliki ukuran yang besar dianggap dapat melakukan perkembangan lebih lanjut untuk memajukan perusahaan. Perkembangan dan kondisi yang stabil ini yang nantinya menyebabkan naiknya keuntungan serta peningkatan asetnya. Ketika investor melihat adanya perkembangan yang baik yang datang dari perusahaan tersebut maka investor menganggap bahwa perusahaan tersebut nilai yang bagus. Respon positif dari investor tersebut membuat perusahaan akan lebih mudah dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, investor dan pihak-pihak yang berkepentingan memiliki harapan yang besar terhadap perusahaan yang memiliki ukuran yang besar. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, penelitian ini memberikan implikasi teoritis bahwa teori legitimasi memberikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan dapat mendapatkan ukuran perusahaan sebagai kerangka kebijakan dalam pengambilan keputusan yang dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karenanya sebaiknya perusahaan menerapkan indikator ukuran perusahaan dikarenakan dapat menambah nilai dari perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian peneliti terdahulu yang dilakukan Armadi dan Astika (2016), Kusumayanti dan Astika (2016), Rudangga dan Sudiarta (2016), Novari dan Lestari (2016), dan Iskandar & Riana, (2017) yang menyatakan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan, investor akan menganggap bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang bagus. Namun hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Hirdinis (2019), Indriyani (2017) dan Onasis dan Robin (2016).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan dapat diambil simpulan sebagai berikut: (1) *Good corporate governance* yang diproksikan melalui komite audit positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa ada kemungkinan keberadaan komite audit bukan merupakan jaminan bahwa kinerja perusahaan akan semakin baik. Adapun dalam pembentukan komite audit oleh perusahaan mungkin tidak sesuai dengan karakteristik dimana adanya komposisi anggota komite audit yang tidak sesuai dengan peraturan yang ada. (2) Pengungkapan *corporate social responsibility* positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan belum dapat menarik

minat investor dan perusahaan belum dapat menempatkan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan baik sehingga belum dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. (3) Ukuran perusahaan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh signifikan tersebut menjelaskan kalau peningkatan ukuran perusahaan akan mendorong peningkatan nilai perusahaan begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan yang sudah diuraikan, penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan. Oleh karena itu diberikan beberapa saran sebagai berikut: (1) Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan sektor perusahaan lain dan periode pengamatan yang lebih lama agar diperoleh hasil yang lebih beragam serta untuk menghindari data yang kemungkinan tidak berdistribusi normal seperti yang terjadi dalam penelitian ini yang harus melakukan transformasi data. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini untuk mengetahui lebih lanjut variabel apa saja yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. (2) Bagi perusahaan sebaiknya mengikuti surat Keputusan Ketua Bapepam Kep29/PM/2004 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/POJK.04/2015 yang mengatur bahwa keanggotaan komite audit sekurang-kurangnya terdiri dari 3 (tiga) orang anggota untuk meningkatkan pengawasan pengelolaan perusahaan. Perusahaan juga harus lebih meningkatkan informasi perkembangan perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada kategori lingkungan dan sosial dalam laporan tahunannya.

REFERENSI

- Adhitya, R., Suhadak, S., & Nuzula, N. (2016). Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31(1), 66–72.
- Ali, K., & Amir, M. (2018). Impact of Audit Committee structure on firms' value in Pakistan: Evidence from the Cement Sector. *Journal of Corporate Governance Research*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.5296/jcgr.v2i1.14028>
- Andreas, H. H., Sucahyo, U. S., & Elisabeth, D. (2015). Corporate Social Responsibility dan Pelestarian Lingkungan. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 119–136.
- Armadi, I. W., & Astika, I. B. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(1), 233–256.
- Chrisdianto, B. (2013). Peran Komite Audit Dalam Good Corporate. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 2(1), 1–8.
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1).
- Farida, F., Ramadhan, A., & Wijayanti, R. (2019). The Influence of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence from Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Research*, 5(57), 177–183. <https://doi.org/10.32861/ijefr.57.177.183>
- Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). Pengaruh GCG Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal InFestasi*, 12(1), 1–19.
- Forum For Corporate governance in Indonesia (FCGI). (2011). *Seri Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance): Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan)* (Jilid 1, E). Jakarta.
- Hafez, H. (2016). Corporate social responsibility and firm value: an empirical study of an emerging economy. *Journal of Governance and Regulation*, 5(4), 40–53. https://doi.org/10.22495/jgr_v5_i4_p3

- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Iskandar, D., & Riana. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Corporate Governance dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2014). *Profita*, 10(3), 409–425.
- Kusumayanti, N., & Astika, I. (2016). Corporate Social Responsibility Sebagai Pemediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Pada Nilai Perusahaan. In *E-Jurnal Akuntansi* (Vol. 15, Issue 1).
- Marceline, L., & Harsono, A. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dengan Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1a), 226–236.
- Mardiyaningsih, & Kamil, K. (2020). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.
- Marius, M. E., & Masri, I. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Konferensi Ilmiah Akuntansi IV, Universitas Pancasila Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.17509/jpak.v2i2.15464>
- Mustanda, I. K., & Suwardika, I. N. A. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(3), 254–288.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 5671–5694. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p17>
- Onasis, K., & Robin. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di BEI. *Bina Ekonomi*, 20(1), 1–22. <https://doi.org/10.26593/be.v20i1.1893.1-22>
- Pradana, R., & Astika, I. B. P. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Penerapan Good Corporate Governance, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1920. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p18>
- Putri, T. K. A., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh Gcg, Csr, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 14(2), 156–169. <https://doi.org/10.21009/wahana.14024>
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Modal Intelektual Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 4394–4422.
- Rusli, Y. M., Nainggolan, P., & Pangestu, J. C. (2020). Pengaruh Independent Board of Commissioners, Institutional Ownership, and Audit Committee Terhadap Firm Value. *Journal of Bussiness and Applied Management*, 13(1), 49–66.
- Samasta, A. S., Muharam, H., & Haryanto, A. M. (2018). The Effect Of Board Of Direktor, Audit Committe, Institutional Ownership To Firm Value, With Firm Size, FinancialL Leverage And Industrial Sector As Control Variables (Study on Listed Companies in Indonesian Stock Exchange Period 2011-2015). *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(1), 53. <https://doi.org/10.14710/jbs.27.1.53-62>
- Sondokan, N., V., Koleangan, R., A., M., & Karuntu, M., M. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Dewan Direksi, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5821–5830. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26517>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulastri, E. M. (2016). *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terindeks Oleh CGPI)* (pp. 1–10).
- Susanto, C. M., & Ardini, L. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(7).
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 31–46. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v2i1.13>
- Suwent, A., Utomo, S. W., & Wijaya, A. L. (2017). Pengaruh Pemberdayaan Karyawan, Kepuasan Kerja dan Dukungan Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi pada PT PLN (Persero) Trans – JBTB APP Madiun. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 5(1), 666–680.
- World Bank. (2003). *Strengthening implementation of corporate social responsibility in global supply chains*.
- Yudoko, G. A. (2017). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Corporate Governance Perception Index (CGPI) Periode 2010-2013). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

Declarations

Funding

The authors received no financial support for the research and publication of this article.

Conflicts of interest/ Competing interests:

The authors have no conflicts of interest to declare that are relevant to the content of this article.

Data, Materials and/or Code Availability:

Data sharing is not applicable to this article as no new data were created or analyzed in this study.

How to cite this Article

Purwanto, E., Syam AR, M. M., & Arifin, M. (2022). Pengaruh dimensi equitas merek terhadap kepercayaan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 57 – 66. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i2.776>