

Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Dhwan Fasya Nur Hidayat*

Program Studi Akuntansi/Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Muhammadiyah
Magelang, Indonesia

*email: dhwanfasya7@gmail.com

ABSTRACT

Kata Kunci:
Corporate Social Responsibility Disclosure; Good Corporate Governance; Profitability; Firm Size; Firm Value

This study aims to analyze the effect of disclosure of corporate social responsibility, good corporate governance, profitability, and firm size on firm value in beverage and food manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. The data in this study are secondary data and the data analysis method used is multiple linear regression analysis. The sample in this study was obtained through purposive sampling which resulted in 55 samples consisting of 11 manufacturing companies in the beverage and food sector that met the criteria and were listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2019. The results showed that the disclosure of corporate social responsibility and good corporate governance as proxied through the size of the audit committee had a positive effect on firm value. Meanwhile, good corporate governance is proxied through the size of the board of commissioners, and profitability is proxied through ROA, and firm size has no effect on firm value.

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pengungkapan Corporate Social Responsibility; Good Corporate Governance; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor minuman dan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini diperoleh melalui *purposive sampling* yang menghasilkan sebanyak 55 sampel terdiri dari 11 perusahaan manufaktur sektor minuman dan makanan yang telah sesuai dengan kriteria dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* yang diproksikan melalui ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *good corporate governance* yang diproksikan melalui ukuran dewan komisaris, dan profitabilitas yang diproksikan melalui ROA, serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga saham. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan (Sugiarti dan Chuzaimah, 2016).

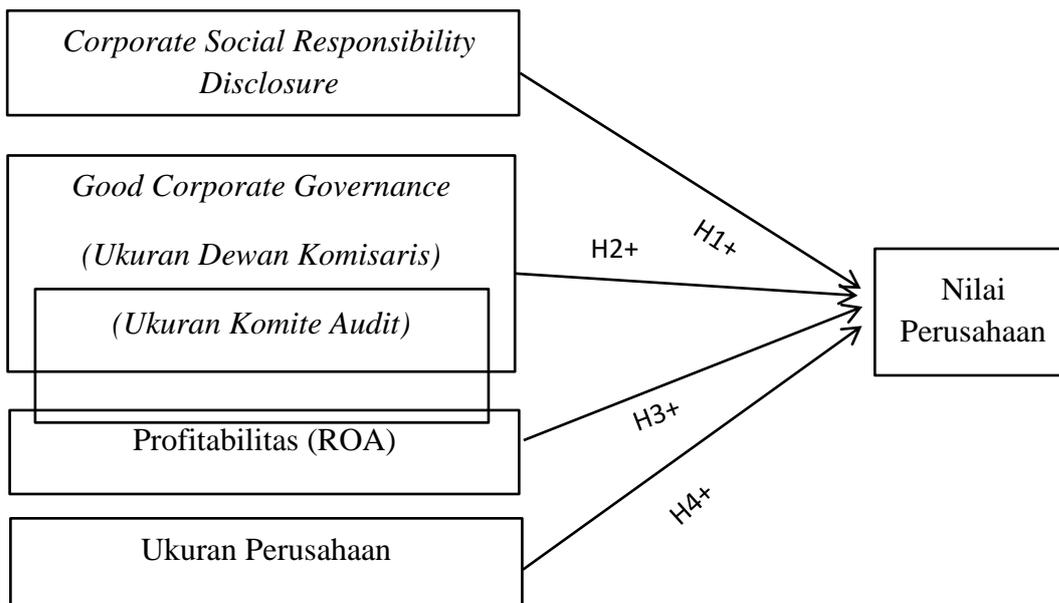
Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan. Hal ini dapat memberi sinyal positif kepada investor, bahwa modal yang telah mereka investasikan akan menghasilkan keuntungan di masa mendatang. Semakin banyak investor yang menanamkan modalnya di suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula harga saham dari sebuah perusahaan. Nilai perusahaan dapat juga dipengaruhi oleh profitabilitas (Mahpudin dan Suparno, 2016). Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam meningkatkan keuntungan seringkali perusahaan melupakan pentingnya lingkungan, sehingga banyak terjadinya kasus pengeksploitasian sumber daya alam. Oleh sebab itu, selain memperhatikan faktor finansial, perusahaan juga harus memperhatikan faktor non finansialnya.

Faktor non finansial yang dimaksudkan adalah melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan mendapatkan respon yang positif dari para pelaku pasar, karena perusahaan tersebut dianggap transparan dalam pengungkapan informasi. Menurut Sudjana (2017) kondisi finansial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Selain CSR, *Good Corporate Governance* (GCG) atau tata kelola perusahaan yang baik mengatur hubungan antara pemegang saham, komisaris dan dewan direksi demi tercapainya tujuan organisasi juga penting diterapkan. Menurut *Forum Corporate Governace Indonesian* (2011) pengertian *Good Corporate Governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah,

karyawan serta para pemegang kepentingan *intern* dan *ekstern* lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari *asset* yang dimiliki suatu perusahaan. Menurut R.A. Pratiwi (2017) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return On Asset* (ROA) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan.

Teori Sinyal yang dikembangkan oleh Ross (1977) menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, yaitu memaksimalkan keuntungan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.



Gambar 1. Metode Penelitian

Pengungkapan CSR adalah sinyal yang baik untuk investor dan *stakeholder*, perusahaan yang aktif dalam melaksanakan pengungkapan CSR akan menarik minat para investor sehingga permintaan terhadap saham akan meningkat dan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Dalam membangun teori sinyal yang dikembangkan oleh Ross (1977) salah satu informasi tentang aktivitas *Corporate Social Responsibility* dengan menyampaikan informasi tersebut dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan Darmastika dan Ratnadi (2019) mengatakan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan karena perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Sehingga dengan adanya pengungkapan CSR akan memberikan manfaat bagi para *stakeholder* maka tentu akan meningkatkan nilai perusahaan.

H₁: Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Good Corporate Governance adalah satu set hubungan antara manajemen perusahaan, dewan, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. GCG pada dasarnya berkaitan dengan cara semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) berusaha untuk memastikan bahwa para manajer dan karyawan internal lainnya selalu mengambil langkah-langkah yang tepat atau mengadopsi mekanisme yang melindungi kepentingan *stakeholder* (Jayanti 2018). Menurut teori sinyal yang dikembangkan oleh Ross (1977) menyatakan bahwa mekanisme dari *Good Corporate Governance* yang baik akan memberikan sinyal kuat yang memiliki kualitas dari perusahaan yang baik pula.

Dari teori tersebut, teori sinyal mengidentifikasi jika penyampaian *Good Corporate Governance* akan memberikan manfaat bagi perusahaan dengan meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik. Komposisi dewan komisaris merupakan salah satu karakteristik dewan yang berhubungan dengan kandungan informasi perusahaan. Penelitian yang dilakukan Susilawati (2019) serta Putra dan Kurniawati (2017) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H_{2a}: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pedoman GCG di Indonesia yaitu KNKG (2011), menyebutkan bahwa komite audit bertugas membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Hal ini menunjukkan keberadaan komite audit berkontribusi dalam menghasilkan kualitas laporan keuangan. Penelitian yang

dilakukan Perwira dan Wiksuana (2018) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jadi, dewan komisaris dapat membentuk komite audit yang membantu dewan komisaris dalam melakukan *monitoring* terhadap proses pelaporan keuangan.

H_{2b}: Ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas menurut Wahyudi et al. (2016) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total asset maupun ekuitas. Rasio profitabilitas menggambarkan tingkat efektifitas pengelolaan suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan Fadillah et al. (2019), serta Sabatini dan Sudana (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Untuk menarik minat investor dalam berinvestasi, pihak manajemen akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan meningkatnya laba, maka akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham di pasar modal, yang berarti nilai perusahaan dalam posisi yang baik.

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan diartikan sebagai besar kecilnya usaha dari suatu perusahaan. Dengan demikian ukuran perusahaan merupakan sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar memiliki aktiva yang besar yang dapat menjamin dalam sumber pendanaan, sehingga ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap akses perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan. Penelitian yang dilakukan oleh Puspaningrum (2017) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut mendapatkan sumber pendanaan. Besarnya skala perusahaan akan direspon dengan peningkatan harga saham perusahaan yang mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

H₄: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter, yaitu laporan tahunan selama tahun 2015-2019 dari perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan tahunan tahun 2015-2019. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *purposive sampling* untuk menghindari pemilihan sampel yang tidak mempunyai informasi lengkap terkait

dengan data yang dibutuhkan untuk penelitian, sehingga tidak menimbulkan bias pada hasil penelitian dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2015-2019.
- 2) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (*Annual Report*) selama tahun pengamatan secara berturut-turut yaitu dari tahun 2015-2019.
- 3) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang mengungkapkan data lengkap selama periode penelitian untuk faktor-faktor yang diteliti, yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan.

Berdasarkan pada metode pengambilan sampel *probability sampling* teknik *sampling* diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan dari total 15 perusahaan selama periode 5 tahun, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah 55 sampel yang diperoleh data melalui BEI (Bursa Efek Indonesia).

Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Dependen

a. Nilai Perusahaan

Dalam meneliti nilai perusahaan salah satu alternatif yang dapat digunakan adalah dengan rasio Tobins'Q. Rasio Tobins'Q dinilai dapat memberikan informasi terbaik, hal ini dikarenakan rasio ini memuat semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, termasuk juga seluruh asset perusahaan. Rasio Tobins'Q dihitung dengan menggunakan rumus menurut Purwaningtyas (2011) adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{PBV + DEBT}{TA}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

PBV = Total nilai harga saham dengan saham yang beredar

DEBT = Total nilai hutang

TA = Total asset

2. Variabel Independen

a. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Kegiatan CSR perusahaan tercermin dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Berdasarkan peraturan yang tertera pada Bapepam No. VIII.G,2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk di aplikasikan di Indonesia maka dilakukan penyesuaian dari 90 item yang kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri

sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda. Pengukuran variabel ini untuk setiap pengungkapan akan diberi skor 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Metode ini sering disebut *Checklist data*. Rumus perhitungan *corporate social responsibility disclosure* berdasarkan Haniffa (2005) adalah sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan:

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

$\sum X_{yi}$ = Jumlah *disclosure* perusahaan, n=91

n_i = Jumlah item *checklist disclosure*, n=91

b. Good Corporate Governance

Berdasarkan pedoman umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang dikemukakan oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* atau KNKG (2011), *Good Corporate Governance* memiliki prinsip-prinsip yaitu *transparency, accountability, responsibility, independency, fairness*. *Good Corporate Governance* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui ukuran dewan komisaris dan ukuran komite audit. Keberadaan komite audit sangat penting karena komite audit berfungsi sebagai mediator antara perusahaan dengan auditor sehingga tidak terjadi kesalahpahaman karena perbedaan persepsi. Menurut Lastanti dan Salim (2018) menyatakan bahwa komite audit diukur berdasarkan seberapa banyak jumlah anggota komite audit yang terdapat pada perusahaan tersebut. Merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sabatini dan Sudana (2019) dewan komisaris diukur berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris independen dengan keseluruhan anggota dewan komisaris.

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Total Anggota Dewan Komisaris}} 100\%$$

c. Profitabilitas

Pada variabel profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini sering digunakan oleh investor dalam menilai suatu saham Utami (2015). Rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Pendapatan bersih}}{\text{Total Aset}}$$

d. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset. Total *asset* merupakan ukuran yang relatif lebih stabil dibandingkan dengan ukuran lain dalam mengukur perusahaan. Rumus yang digunakan dalam perhitungan ukuran perusahaan menurut Jannah (2015) adalah sebagai berikut :

$$SIZE = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), good corporate governance (GCG), profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS V25. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 UDK + \beta_3 UKA + \beta_4 Pr + \beta_5 U + \varepsilon \dots$$

Keterangan:

Np	= Nilai perusahaan
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, dst$	= Koefisien regresi variabel dependen
CSR	= <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>
UDK	= Ukuran dewan komisaris
UKA	= Ukuran komite audit
Pr	= Profitabilitas
U	= Ukuran perusahaan
ε	= Variabel pengganggu (<i>error</i>)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 sebagai populasi penelitian. Berdasarkan pada metode pengambilan sampel *probability sampling* teknik *sampling* diperoleh sampel sebanyak 11 perusahaan dari total 15 perusahaan selama periode 5 tahun, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah 55 sampel. Penjelasan pengambilan sampel:

Tabel 1. Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	15
Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang mempublikasi laporan keuangan	15
Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang tidak menyampaikan informasi yang diburuhkan di variabel	(4)
Jumlah	11
Jumlah sampel sesuai kriteria = 11 x 5 tahun	55

Sumber: data sekunder diolah, 2021

Statistik deskriptif menyajikan informasi mengenai data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varianm maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif yang disajikan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi. Hasil dari pengujian statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Maximum	Minimum	Std. deviasi
Nilai Perusahaan	55	2,84	12,39	0,76	2,96275
Pengungkapan CSR	55	0,45	0,91	0,08	0,23636
Ukuran Dewan Komisaris	55	0,39	0,50	0,29	0,07448
Ukuran Komite Audit	55	3	4	3	0,29013
Profitabilitas	55	4,40	62,71	-149,45	28,13708
Ukuran Perusahaan	55	28,72	32,20	27,15	1,47225

Sumber: data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diperoleh informasi bahwa jumlah N atau sampel yaitu sebanyak 55 yang terdiri dari 11 perusahaan selama periode 5 tahun yaitu 2015-2019. Karakteristik sampel mencakup nama perusahaan dan tahun yang dijadikan rentang penelitian, sedangkan karakteristik data yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Komite Audit, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

Rasio Tobins'Q dinilai dapat memberikan informasi terbaik, hal ini dikarenakan rasio ini memuat semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, termasuk juga seluruh asset perusahaan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka nilai perusahaan dapat diketahui bahwa dari total 11 perusahaan yang menjadi sampel penelitian selama 5 tahun pengamatan yaitu dari tahun 2015-2019 diperoleh nilai minimum variabel nilai perusahaan sebesar 0,76 dan nilai

maksimum sebesar 12,39. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar nilai perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 0,76 hingga 12,39. Nilai mean (rata-rata) nilai perusahaan sebesar 2,84 dan standar deviasi sebesar 2,96.

Kegiatan CSR perusahaan tercermin dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka pengungkapan CSR dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 0,08 pada PT. Tri Banyan Tirta Tbk. dan nilai maksimum sebesar 0,91 pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. dengan standar deviasi 0,24 dari rata-rata hitung 0,45. Angka tersebut menunjukkan bahwa pada sampel penelitian berikut menghasilkan rata-rata hitung bernilai besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi yang lebih kecil. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada sampel penelitian ini mempunyai indikasi pengungkapan CSR yang baik.

Dewan komisaris diukur berdasarkan jumlah anggota dewan komisaris independen dengan keseluruhan anggota dewan komisaris. Hal ini dikarenakan apabila semakin banyak pihak independen maka semakin baik jumlah dewan komisaris dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka ukuran dewan komisaris dapat diketahui bahwa nilai minimum 29% pada PT Multibintang Indonesia Tbk dan nilai maksimum sebesar 50% pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dengan rata-rata hitung sebesar 39% dan nilai standar deviasi sebesar 7%.

Komite audit sangat penting karena komite audit berfungsi sebagai mediator antara perusahaan dengan auditor sehingga tidak terjadi kesalahpahaman karena perbedaan persepsi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka dapat diketahui bahwa ukuran komite audit memiliki nilai minimum 3 dan nilai maksimum 3 dengan nilai rata-rata hitung sebesar 3 dan nilai standar deviasi 0,29.

ROA sebagai proksi profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini sering digunakan oleh investor dalam menilai suatu saham Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka dapat diketahui bahwa profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -149,45% dan nilai maksimum sebesar 62,71% dengan nilai rata-rata hitung sebesar 4,40 dan nilai standar deviasi sebesar 28,14%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan rasio ROA tidak bervariasi.

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari teori aktiva perusahaan pada akhir tahun. Karena total *asset* perusahaan bernilai besar, maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma

natural. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 27,15 pada PT Prasadha Aneka Niaga Tbk dan nilai maksimum sebesar 32,20 pada PT Indofood NDF Sukses Makmur Tbk dengan nilai standar deviasi sebesar 1,47 dan nilai rata-rata hitung sebesar 28,72.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, model persamaan regresi berdistribusi normal karena memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah $p > 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan jika nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 yang berarti sebaran data adalah normal. Pengambilan keputusan variabel independen didasarkan pada nilai *tolerance* dan VIF yang menghasilkan nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF dibawah 10, sehingga *variance* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya mengalami hasil yang signifikan yaitu sebesar 0,05. Hasil ini mengakibatkan variabel tersebut lolos uji *glejser* dengan nilai lebih dari 0,05. Nilai uji Durbin-Watson sebesar 2,508. Nilai dU untuk jumlah sampel (n) 55 dengan 5 variabel bebas (k) serta *level of significant* 5% (0,05) adalah sebesar 1,7681 dan nilai dL sebesar 1,3743. Sehingga hasil uji autokorelasinya adalah $(4-dU) < DW_{hitung} < (4-dL)$ maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut $2,232 < 2,508 < 2,626$, dari hasil tersebut diketahui bahwa untuk uji autokorelasi pada model regresi tidak dapat disimpulkan.

Analisis regresi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil dari analisis regresi linier berganda akan menguji seberapa besar pengaruh *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Persamaan regresi linear berganda pada umumnya dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 GCG + \beta_3 Pr + \beta_4 U + \varepsilon \dots$$

**Tabel 3. Hasil Pengujian Analisis Regresi
Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	-26,786	4,262		-6,286	0,000		
CSR	2,469	0,951	0,197	2,596	0,012	0,391	2,556

Dewan Komisaris	2,455	2,078	0,062	1,182	0,243	0,826	1,211
Komite Audit	9,334	0,491	0,914	19,008	0,000	0,974	1,027
Profitabilitas	-0,001	0,006	-0,011	-0,208	0,836	0,808	1,238
Ukuran Perusahaan	-0,045	0,151	-0,023	-0,299	0,766	0,397	2,516

Sumber: data sekunder diolah 2021

Dari hasil pengujian pada tabel 3 tersebut maka persamaan dapat dihasilkan regresinya adalah:

$$NP = -26,786 + 2,469CSR + 2,455UDK + 9,334UKA - 0,001Pr - 0,045U + \varepsilon$$

Berdasarkan Tabel 3 variabel pengungkapan CSR memiliki hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,596 > 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ maka artinya secara statistik data yang ada dapat membuktikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam membangun teori sinyal yang dikembangkan oleh Ross (1977) yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam teorinya menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Salah satu informasi tersebut adalah aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmastika dan Ratnadi (2019) yang menemukan adanya hubungan signifikan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Dengan adanya pengungkapan CSR dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan karena perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Susanti dan Ayu (2019) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran dewan komisaris memiliki t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $1,182 < 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,243 < 0,05$ maka artinya secara statistik data yang ada dapat membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam membangun teori sinyal yang dikembangkan oleh Ross (1977), dewan komisaris merupakan salah satu karakteristik dewan yang berhubungan dengan kandungan informasi perusahaan. Melalui perannya dalam menjalankan fungsi pengawasan, komposisi dewan dapat mempengaruhi pihak manajemen dalam menyusun laporan keuangan sehingga dapat diperoleh suatu laporan yang berkualitas untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori tersebut, karena

keberadaan dewan komisaris pun bukan merupakan jaminan bahwa kinerja perusahaan dapat menjadi semakin baik, sehingga pasar akan menganggap keberadaan dewan komisaris bukanlah menjadi faktor yang mempertimbangkan dalam mengapresiasi nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah dkk (2019) yang menyebutkan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang lainnya dilakukan oleh Hakim dkk (2019) yang mengatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Tabel 3 variabel ukuran komite audit memiliki hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar $19,008 > 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka artinya secara statistik data yang ada dapat membuktikan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang ditransaksikan di pasar modal merupakan indikator nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Hasil penelitian untuk variabel ukuran komite audit menunjukkan hasil jika komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Komite audit bertugas membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.

Komite audit akan berperan efektif untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan dan membantu dewan komisaris memperoleh kepercayaan dari pemegang saham untuk memebuhi kewajiban penyampaian informasi. Dengan adanya teori sinyal yang dikembangkan oleh Ross (1977) keberadaan komite audit dalam perusahaan, maka akan memberi kontribusi dalam kualitas laporan keuangan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Pancawati (2019) yang menyatakan bahwa ukuran komite audit berpengaruh signifikan dan mampu memperkuat nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hafizah 2020) yang menyatakan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Tabel 3 variabel profitabilitas memiliki hasil t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $-0,208 < 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,836 > 0,05$ maka artinya secara statistik data yang ada dapat membuktikan jika variabel bebas tidak bersignifikan terhadap variabel terikat yang menghasilkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Dalam

penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui ROA (*Return On Asset*) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan.

Salah satu informasi tentang profitabilitas yang dikembangkan oleh Ross (1977) dalam teori sinyal menyebutkan bahwa untuk mengevaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva, dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan. Sehingga profitabilitas dinilai sangat penting untuk melangsungkan hidup suatu perusahaan dalam keadaan yang menguntungkan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori dimana menunjukkan bahwa profitabilitas dari sebuah perusahaan rata-rata mengalami penurunan drastis dalam beberapa periode yang menyebabkan tidak berpengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Agustino dan Sayu (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Pohan dkk (2018) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki hasil t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $-0,299 < 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,766 > 0,05$ maka artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Salah satu informasi tentang ukuran perusahaan besar adalah dengan mengungkapkan informasi lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar memiliki kepercayaan dari kreditur serta memiliki lebih banyak investor dan akan cenderung mempertahankan kualitas perusahaannya menurut Ross (1977) dalam mengembangkan teori sinyal. Hasil dalam penelitian ini tidak sesuai dengan teori diatas yang dimana ukuran perusahaan mampu meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Hal ini rata-rata disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan deviden yang dibagikan kepada para pemegang saham.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadim dan Nardi (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* yang diproksikan oleh ukuran

komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Sedangkan untuk *good corporate governance* yang diproksikan oleh ukuran dewan komisaris dan profitabilitas yang diproksikan oleh ROA, serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makan.

Bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengkaji dan menyempurnakan model penelitian ini, mengingat hasil dari koefisien detriminasi hanya menunjukkan nilai sebesar 0,878 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen adalah sebesar 88% sedangkan sisanya sebesar 12% dijelaskan oleh variabel lain yang perlu diidentifikasi untuk menjelaskan nilai perusahaan. Bagi penelitian selanjutnya alangkah baiknya memperluas sampel penelitian serta disarankan untuk meneliti dengan beberapa variabel lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan menggunakan indikator dari metode yang berbeda untuk melakukan penelitian atas nilai perusahaan dan juga dapat menambahkan rentang waktu periode penelitian sehingga dapat mengeneralisasikan hasil penelitian yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Ni Wayan Indah Paramyta, and Ketut Sutrisna Dewi Sayu. 2019. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Kebijakan Deviden Pada Perusahaan Manufaktur." *E-Jurnal Manajemen* 8(No. 8, 2019):4957–82.
- Darmastika, I. Wayan Rady, and Ni Made Dwi Ratnadi. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 27(1.April (2019)):362–87.
- Fadillah, Hesti Shofil, Neny Tri Indrianasari, and Yatminiwati Mimin. 2019. "Pengaruh Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia." *Progress Conference* 2(July 2019):238–42.
- Hafizah, Nurma Yuni. 2020. "Pengaruh Good Corporte Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Property and Real Estate Tahun 2016-2018)." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 4(No.1, Oktober 2020):41–48.
- Hakim, Luqman Nur, Sri Lestari, Ekaningtyas Widiastuti, and Meutia Karunia Dewi. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi." *Jurnal Pro Bisnis* 12(No. 2

- Agustus 2019):25–32.
- Haniffa. 2005. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Akuntansi* 1(3):1–21.
- Jannah. 2015. “Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Akuntansi Bisnis* 1(12):1–25.
- Jayanti, Karina Ries. 2018. “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 59(1):16–22.
- Kadim, A., and Sunardi Nardi. 2019. “Pengaruh Profitabilitas ,Ukuran Perusahaan Terhadap Leverage Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan Cosmetics and Household Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Sekuritas* 3(No.1, September 2019):22–32.
- KNKG. 2011. “Pedoman Good Corporate Governance Perusahaan Konsultan Aktuaria Indonesia.”
- Lastanti, Hexana Sri, and Nabil Salim. 2018. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Akuntansi Trisakti* 5(1):27–40.
- Mahpudin, Endang, and Suparno. 2016. “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).” *JRKA* 2(2 Agustus 2016):56–75.
- Perwira, Anak Agung Gde Agung Nanda, and I. Gusti Bagus Wiksuana. 2018. “Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Kebijakan Dividen Dan Niali Perusahaan.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(No. 7, 2018 ISSN : 2302-8912):3767–96.
- Pohan, Hotman Tohir, Ice Nasyrah Noor, and Yudha Fatrya Bhakti. 2018. “Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Niali Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Akuntansi Trisakti* 5(1):41–52.
- Pratiwi, Ryan Anugrah. 2017. “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia.” *Jom FISIP* Volume 4 N.
- Purwaningtyas. 2011. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 1(2):1–15.
- Puspaningrum, Yustisia. 2017. “Pengaruh CSR Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Niali Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.” *Jurnal Profita* 2(1):1–14.
- Putra, Yossi Eko Sriyanto, and Elisabeth Pentti Kurniawati. 2017. “Pengaruh Praktek Good Coorporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi* 9(No.1 Mei 2017):12–22.

- Ramdhonah, Zahra, Ikin Solikin, and Maya Sari. 2019. "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017) Zahra." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 7(1):67–82. doi: 10.17509/jrak.v7i1.15117.
- Ross, Stephen A. 1977. "The Determination Of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach." *The Bell Journal of Economics* Vol. 8(No. 1. (Spring, 1977)):23–40.
- Rudangga, I. Gusti Ngurah Gede, and Gede Merta Sudiarta. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Niali Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(7):4394–4422.
- Ruroh, Ivon Nurmas, and Sri Wahjuni Latifah. 2018. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR." *Jurnal Akademi Akuntansi* 1(1):42–53.
- Sudjana. 2017. *Membumikan Bisnis Berkelanjutan: Memahami Konsep Dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Cetakan Pe. Jakarta: Indonesia Business Links.
- Susanti, Gusti Ayu Made Rita, and I. Gusti Ayu Nyoman Budiasih. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan." *E-JA e-Jurnal Akuntansi* 28(No. 3 September 2019):1767–82.
- Susilawati. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Prusahaan Sektor Perbankan." *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan* 2(1):31–46.
- Utami. 2015. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh ROA Sebagai Variabel Moderasi Profitabilitas." *Jurnal EK B I S* 1(12):1–20.
- Wahyudi, Henri Dwi, Chuzaimah, and Dani Sugiarti. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Dan Keputusan Investasi Terhadap Niali Perusahaan (Studi Penggunaan Indeks Lq-45 Periode 2010 - 2014)." *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1(2):156–64.
- Wijaya, Anggita Langgeng, and Erlita Listyana Pancawati. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2013-2017)." *Jurnal Akuntansi* 3(No. 2 Oktober 2019):131–40.