

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
SEKTOR *CONSUMER'S GOODS* YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen*



OLEH:

NAMA : DEWA RIZKI AFANDI
NPM : 1905160228
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada Hari Rabu, Tanggal 09 Agustus 2023, Pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : DEWA RIZKI AFANDI
N P M : 1905160228
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER'S GOODS* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

(Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si)

Penguji II

(Yudi Siswadi, S.E., M.M)

Pembimbing

(Irma Christiana, S.E., M.M)

PANITIA UJIAN

Ketua

(Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si)

Sekretaris



(Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp (061) 6624567 Medan 20238

PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh :

NAMA : DEWA RIZKI AFANDI
NPM : 1905160228
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER'S GOODS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Juli 2023

Pembimbing Skripsi


IRMA CHRISTIANA., SE., M.M

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


JASMAN SARIPUDDIN HSB., SE., M.Si.


Asso. Prof. Dr. H. JANURI., SE., M.M, M.Si





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dewa Rizki Afandi

NPM : 1905160228

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan ini menyatakan bawah skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Consumer's Goods Yang Teraftar Di BEI 2018-2022”** adalah bersifat asli (original), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



DEWA RIZKI AFANDI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewa Rizki Afandi
 NPM : 1905160228
 Dosen Pembimbing : Irma Christiana, SE, MM
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Keuangan
 Judul Penelitian : Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Good yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	- Baca buku panduan skripsi - Perhabitan sistematika penulisan - Dipertelas fenomenanya, dan identifikasi	10/2-23	
Bab 2	Revisi kerangka konseptual	17/2-23	
Bab 3	Revisi definisi operasional dan teknik analisis	24/2-23	
Bab 4	- Buat diskrpsi data - Di pembahasan dicari hasil penelitian yg sama dan beda	15/5-23	
Bab 5	- Revisi kesimpulan - Revisi keterbatasan penelitian	7/6-23	
Daftar Pustaka	Bundelan mendeley	28/6-23	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace selesai bimbingan Lahput sidang	5/7-23	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Jasman Saripuddin Hsb, S.E, M.Si)

Medan, 5 Juli 2023

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Irma Christiana, SE, MM)

ABSTRAK

PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER'S GOODS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

**DEWA RIZKI AFANDI
1905160228**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email: dewathinfs@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun secara simultan pada perusahaan *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 45 perusahaan *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 8 perusahaan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengamatan dilakukan selama 5 tahun yaitu mulai tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi dokumentasi dan sumber data penelitian ini ialah data sekunder. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistic Package for the Social Sciens*) versi 27. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara individu (parsial) *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara simultan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: nilai perusahaan, *good corporate governance*, *corporate social responsibility*

ABSTRACT

***THE EFFECT OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM VALUE IN THE CONSUMER'S
GOODS SECTOR LISTED ON THE INDONESIA STOCK
EXCHANGE***

**DEWA RIZKI AFANDI
1905160228**

Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of North Sumatra
Email: dewathinfs@gmail.com

This study aims to determine whether good corporate governance and corporate social responsibility affect firm value both partially and simultaneously in consumer's goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2022 period. The approach used in this study is to use an associative approach. The population in this study were 45 consumer's goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange, while the samples used were 8 companies using a purposive sampling technique. Observations were carried out for 5 years, from 2018 to 2022. The data collection technique in this study used a documentation study and the data source for this research was secondary data. Data analysis techniques in this study used multiple linear regression analysis, classical assumption test, hypothesis testing, and the coefficient of determination. Data processing in this study uses SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) version 27. The results of this study conclude that individually (partially) good corporate governance and corporate social responsibility have no effect on firm value, while simultaneously good corporate governance and corporate social responsibility has a significant effect on firm value.

Keywords: firm value, good corporate governance, corporate social responsibility

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah *rabbi' alamin* dengan kerendahan hati penulis mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya yang tiada tara kepada kita semua terutama kepada penulis, sholawat beriring salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer’s Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa yang tiada henti-hentinya dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa untuk Ayahanda Suheryanto dan Ibunda Suryawati tercinta, kakak dan abang yaitu Dian Herawati, Dina Harvina, Dedy Hendrawan, Deni Hermawan serta kerabat yaitu Koko David Suryabara yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doa.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc. Dr. H. Januri, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Sarippudin, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Jufrizen, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Irma Christiana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak pengarahan dan bimbingan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
9. Bapak dan Ibu dosen serta staf pegawai yang banyak membantu penulis dalam mengetahui informasi akademik dan membantu penulis baik selama masa perkuliahan maupun selama masa penyusunan skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan Novi Rizki Wahyuni dan teman se-angkatan yaitu Afif, Wendy, Bunga, Nurul, Dinda, Imam, Nadya, Rahmad, dan Fajar yang telah membantu serta memberikan dukungan, motivasi dan doa, serta semangat kepada penulis.

11. Terima kasih kepada teman-teman seangkatan kuliah dari kelas E Manajemen Pagi stambuk 2019 yang memberi semangat kepada penulis.

Dengan kesadaran diri penulis bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, dengan penuh harapan penulis ingin mendapatkan masukan, kritik, dan saran agar penulisan skripsi ini menjadi lebih baik dan akan menjadi skripsi seutuhnya serta menjadi lulusan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang baik.

Akhir kata penulis mengucapkan nikmat dan rahmat Allah SWT serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Medan, Juli 2023
Penulis

Dewa Rizki Afandi
1905160228

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Nilai Perusahaan.....	16
2.1.2 <i>Good Corporate Governance</i>	21
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	27
2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
2.2.1 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	34
2.2.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	35
2.2.3 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	36
2.3 Hipotesis.....	37
BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1 Pendekatan Penelitian	37
3.2 Defenisi Operasional Variabel	38
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.3.1 Tempat Penelitian.....	40

3.3.2	Waktu Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.2	Regresi linier berganda	47
3.6.3	Uji Hipotesis	48
3.6.4	Koefisien Determinasi (R-Square)	50
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Deskripsi Data	52
4.2	Analisis Data	56
4.2.1	Uji asumsi klasik	56
4.2.2	Regresi Linear Berganda	61
4.2.3	Uji Hipotesis	62
4.2.4	Koefisien Determinasi (R-Square)	67
4.3	Pembahasan	68
4.3.1	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	68
4.3.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	69
4.3.3	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	70
BAB 5	PENUTUP	72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran	72
5.3	Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	49
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	50
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59
Gambar 4.2 Kriteria Hipotesis 1.....	64
Gambar 4.3 Kriteria Hipotesis 2.....	64
Gambar 4.4 Kriteria Hipotesis 3.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods (Dalam Rupiah).....	4
Tabel 1.2	Nilai Buku per Lembar Saham Pada Perusahaan Consumer's Goods (Dalam Total Ekuitas/Total Saham Beredar).....	5
Tabel 1.3	Jumlah Saham Publik Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods (Dalam Jutaan Lembar)	7
Tabel 1.4	Total Saham Beredar Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods (Dalam Jutaan Lembar)	8
Tabel 1.5	Total Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods (Berdasarkan Indeks GRI G4)	11
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.2	Jadwal Kegiatan	40
Tabel 3.3	Populasi Perusahaan.....	41
Tabel 3.4	Sampel Perusahaan.....	44
Tabel 4.1	Sampel Perusahaan Sektor Consumer's Goods Periode 2018-2022.....	52
Tabel 4.2	Price to Book Value Perusahaan Sektor Consumer's Goods Periode 2018-2022:	53
Tabel 4.3	Kepemilikan Publik Perusahaan Sektor Consumer's Goods Periode 2018-2022.....	54
Tabel 4.4	Corporate Social Responsibility Perusahaan Sektor Consumer's Goods Periode 2018-2022.....	55
Tabel 4.5	Hasil Kolmogorov-Smirnov.....	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi.....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Parsial (Uji-t)	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	67

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal pada hakikatnya adalah pasar yang tidak berbeda jauh dengan pasar tradisional, dimana di dalamnya terdapat pedagang dan pembeli yang melakukan aktivitas tawar-menawar harga. Dengan adanya pasar modal, pihak yang memiliki kelebihan dana dapat menginvestasikan dana tersebut dengan harapan memperoleh imbalan (*return*), sedangkan perusahaan dapat memanfaatkan dana tersebut untuk kepentingan investasi tanpa harus menunggu tersedianya dana dari operasi perusahaan (Sari dkk., 2019).

Pasar modal memiliki peran besar sebagai salah satu penggerak ekonomi dan keuangan negara. Indonesia memiliki pasar modal yang bernama Bursa Efek Indonesia disingkat BEI atau *Indonesian Stock Exchange* (IDX). Hingga tahun 2023 ini tercatat sebanyak 836 perusahaan yang telah *go public* di situs resmi Bursa Efek Indonesia. Diantara perusahaan tersebut, terdapat perusahaan-perusahaan yang berada pada sub sektor industri barang konsumsi atau *consumer's goods*.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor industri *consumer's goods* umumnya memiliki tingkat persaingan yang tinggi, misalnya perusahaan yang bergerak di sektor ini harus mampu meningkatkan keyakinan masyarakat sehingga pergerakan harga sahamnya tentu diperhatikan oleh para investor. Oleh karena itu untuk melihat kinerja baik atau tidaknya perusahaan haruslah diamati dengan mengukur nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan cara untuk mengukur penilaian pasar bagi perusahaan secara keseluruhan. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya (Wahyuni dkk., 2018). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Jufrizen dan Fatin, 2020). Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan (Wahyuni, 2018).

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan ini berisi tentang informasi keuangan secara historis dan data laporan *balance sheet* untuk menilai pendapatan perusahaan setiap tahunnya. Namun, nilai perusahaan tidak hanya diturunkan dari akuntansi tahunannya, tetapi juga dari nilai aset sekarang dan nilai investasi masa depan (Nafisah dkk., 2018). Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham semakin meningkat (Sari dan Jufrizen, 2019).

Banyak cara yang dapat digunakan sebagai perhitungan nilai perusahaan, seperti *price earning ratio* (PER) dan *price to book ratio* (PBV). Dari perhitungan tersebut, yang cukup menarik untuk dicermati adalah *price to book value* (PBV) (Christiana dan Putri, 2017).

Price to Book Value merupakan hubungan antara harga saham dan nilai buku per lembar saham (Juwika dan Hani, 2015). *Price to Book Value* (PBV) adalah pengukuran sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar suatu perusahaan sehingga rasio ini berguna dalam mengambil keputusan investasi.

Semakin tinggi rasio PBV dapat diartikan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Sirait dkk., 2021).

Menurut Ardila dan Christiana (2019), *Price to Book Value* (PBV) merupakan ukuran seberapa besar nilai pasar terhadap harga suatu buku saham perusahaan. Begitu pula, rasio *price to book value* dapat digunakan untuk memperbandingkan perusahaan-perusahaan yang memiliki standar akuntansi yang sama dalam suatu sektor industri (Christiana dan Putri, 2017).

Karena dengan meningkatnya *price to book value* (PBV) maka nilai perusahaan juga semakin baik. Ketika harga saham rendah, PBV dapat memberikan gambaran tentang potensi fluktuasi harga dari harga saham, sehingga PBV dapat digunakan sebagai ukuran nilai perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) dapat diketahui dengan membandingkan harga saham dengan nilai buku per lembar saham.

Pada tabel 1.1 di bawah menunjukkan bahwa harga saham pada masing-masing perusahaan sektor *consumer's goods* mengalami penurunan dari periode tahun 2018-2022. Pada tahun 2018 hingga tahun 2020 perusahaan *consumer's goods* mengalami peningkatan harga saham dengan rata-rata Rp4.956 pada tahun 2018 naik dengan rata-rata Rp5.084 pada tahun 2019, pada periode ini saham milik ICBP memiliki harga saham paling tinggi disusul UNVR dan INDF. Selanjutnya meningkat menjadi Rp5.221 pada 2020 dimana saham milik ICBP masih menjadi saham termahal disusul STTP dan UNVR. Namun rata-rata harga saham menurun yaitu Rp4.256 pada tahun 2021 dan pada tahun 2022 rata-ratanya menjadi Rp4.485, pada periode ini saham milik ICBP memiliki harga saham paling tinggi disusul STTP dan INDF.

Berikut data harga saham yang dihimpun berdasarkan perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022:

Tabel 1.1
Harga Saham
Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods
(Dalam Rupiah)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	9.080	8.400	7.350	4.110	4.700	6.728
2	ICBP	10.450	11.150	9.575	8.700	10.000	9.975
3	INDF	7.450	7.925	6.850	6.325	6.725	7.055
4	MYOR	2.620	2.050	2.710	2.040	2.500	2.384
5	ULTJ	1.350	1.680	1.600	1.570	1.475	1.535
6	JPFA	2.150	1.535	1.465	1.720	1.295	1.633
7	STTP	3.750	4.500	9.500	7.550	7.650	6.590
8	KINO	2.800	3.430	2.720	2.030	1.535	2.503
Jumlah		39.650	40.670	41.770	34.045	35.880	38.403
Rata-Rata		4.956	5.084	5.221	4.256	4.485	4.800

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (data diolah)

Dapat diketahui penurunan yang terjadi pada perusahaan sektor *consumer's goods* merupakan imbas dari faktor pandemi serta terjadinya resesi ekonomi dunia, ditambah lagi pada awal 2022 terjadi invansi oleh Rusia terhadap Ukraina yang menyebabkan impor bahan pangan seperti gandum menurun sehingga berimbas pada harga saham yang menurun.

Harga saham yang menurun dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena tujuan pemegang saham berinvestasi pada suatu perusahaan adalah mengharapkan saham perusahaan meningkat sehingga investor mengalami keuntungan serta perusahaan dapat membagikan dividennya kepada para pemegang saham.

Selanjutnya nilai buku per lembar saham adalah membandingkan modal atau ekuitas dengan jumlah saham beredar milik perusahaan, sehingga nilai buku inilah yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Berikut data nilai buku per lembar saham atau yang dihimpun berdasarkan perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022:

Tabel 1.2
Nilai Buku per Lembar Saham
Pada Perusahaan Consumer's Goods
(Dalam Total Ekuitas/Total Saham Beredar)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	967,72	692,25	129,42	113,27	104,78	401
2	ICBP	1.947,11	2.287,01	4.344,01	4.711,08	4.928,23	3.643
3	INDF	5.685,28	6.173,40	9.072,20	9.907,35	10.663,22	8.300
4	MYOR	382,06	443,31	504,11	508,07	574,03	482
5	ULTJ	413,27	489,45	459,87	494,15	559,98	483
6	JPFA	918,02	1.014,48	973,14	1.117,31	1.164,39	1.037
7	STTP	1.256,78	1.639,70	2.040,69	2.519,73	2.998,78	2.091
8	KINO	1.530,37	1.891,44	1.829,29	1.881,35	1.073,35	1.641
Jumlah		13.100,62	14.631,04	19.352,73	21.252,31	22.067	18.081
Rata-Rata		1.637,58	1.828,88	2.419,09	2.656,54	2.758	2.260

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (data diolah)

Pada tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa nilai buku per lembar saham pada masing-masing perusahaan *consumer's goods* mengalami peningkatan yang signifikan dari periode tahun 2018-2022. Dimana nilai buku per lembar saham rata-rata 1.637,58 di tahun 2018 naik menjadi 1.828,88 di tahun 2019, pada periode ini INDF memiliki *book value* tertinggi disusul oleh ICBP dan KINO. Kemudian rata-rata 2.419,09 di tahun 2020 naik menjadi 2.656,54 di tahun 2021 dengan INDF memiliki *book value* tertinggi disusul ICBP dan STTP. Terakhir, rata-rata naik menjadi 2.758 pada tahun 2022 dimana INDF, ICBP, dan STTP memiliki *book value* tertinggi.

Peningkatan pada nilai buku perusahaan sektor *consumer's goods* terjadi dikarenakan peningkatan modal perusahaan dan total saham beredar dari

perusahaan. Dapat diketahui peningkatan ekuitas dipengaruhi oleh jumlah modal milik perusahaan dimana perusahaan mendapatkan modal tersebut dari investor yang hadir dalam perusahaan. Selain itu, meningkatnya nilai buku per lembar saham dikarenakan total saham beredar yang rata-ratanya meningkat. total saham beredar yang meningkat dikarenakan perusahaan melakukan pemecahan nilai saham.

Perhitungan *price to book value* pada perusahaan sangat membantu pemegang saham dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan juga harus memaksimalkan tata kelola perusahaannya dengan baik supaya mendapatkan kepercayaan oleh publik dan pemegang saham atau investor tersebut mendapatkan keuntungan dari hasil investasi pada suatu perusahaan.

Selain membahas tentang nilai perusahaan melalui *price to book value* pada perusahaan sektor *consumer's goods* ini juga dibahas tentang *good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Effendi (2009), *good corporate governance* adalah suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan guna memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamatan aset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham, dalam mengukur *good corporate governance* baik atau tidaknya perusahaan dapat digunakan perhitungan kepemilikan publik.

Menurut Abdullah dkk. (2017), kepemilikan publik adalah berapa besar kepemilikan saham yang dimiliki oleh masyarakat dari total saham perusahaan. Apabila kepemilikan publik suatu perusahaan tersebut tinggi maka perusahaan dipercaya oleh publik. *Good corporate governance* berkaitan dengan mekanisme

perusahaan guna meraih kesuksesan dengan tata kelola atau pengelolaan perusahaan dengan baik sesuai dengan perundang-undangan (Christiana dan Ardila, 2020).

Dalam penelitian ini struktur yang digunakan untuk menghitung *good corporate governance* adalah dengan menghitung kepemilikan publik. Untuk mengukur jumlah kepemilikan publik dalam suatu perusahaan maka dapat dihitung dengan cara membandingkan jumlah saham publik dibagi dengan total saham beredar.

Berikut data jumlah saham publik yang dihimpun berdasarkan perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022:

Tabel 1.3
Jumlah Saham Publik
Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods
(Dalam Jutaan Lembar)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	1.145	1.145	5.726	5.726	5.726	3.894
2	ICBP	2.270	2.270	2.270	2.270	2.270	2.270
3	INDF	4.383	4.383	4.383	4.383	4.382	4.383
4	MYOR	3.512	3.512	3.512	3.512	3.507	3.511
5	ULTJ	3.372	3.189	2.123	2.094	2.063	2.568
6	JPFA	4.202	5.571	5.271	5.171	5.120	5.067
7	STTP	524	524	524	524	525	524
8	KINO	129	140	90	88	76	105
Jumlah		19.537	20.734	23.899	23.768	23.669	22.321
Rata-Rata		2.442	2.592	2.987	2.971	2.959	2.790

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (data diolah)

Pada tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah saham publik pada masing-masing perusahaan sektor *consumer's goods* mengalami fluktuasi dari tahun 2018-2022. Dimana dari tahun 2018 hingga tahun 2020 rata-ratanya 2.442 di

tahun 2018 meningkat menjadi 2.592 di tahun 2019 dengan JPFA, INDF, dan MYOR memiliki saham publik terbanyak, rata-rata meningkat menjadi 2.987 di tahun 2020 dengan UNVR, JPFA, dan INDF memiliki saham publik terbanyak. Namun rata-rata jumlah saham publik menurun menjadi 2.971 pada tahun 2021 dan menurun menjadi 2.959 pada akhir 2022.

Peningkatan jumlah saham publik yang dimiliki perusahaan menjadi salah satu faktor perusahaan memiliki kinerja yang baik. Peningkatan ini juga terjadi dikarenakan perusahaan melakukan aksi korporasi yang memecah jumlah saham beredar yang dimilikinya sehingga perusahaan dapat menghimpun lebih banyak dana melalui publik.

Tabel 1.4
Total Saham Beredar
Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods
(Dalam Jutaan Lembar)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	7.630	7.630	38.150	38.150	38.150	25.942
2	ICBP	11.662	11.662	11.662	11.662	11.662	11.662
3	INDF	8.780	8.780	8.780	8.780	8.780	8.780
4	MYOR	22.359	22.359	22.359	22.359	22.359	22.359
5	ULTJ	11.554	11.554	10.398	10.398	10.398	10.860
6	JPFA	11.727	11.727	11.727	11.727	11.727	11.727
7	STTP	1.310	1.310	1.310	1.310	1.310	1.310
8	KINO	1.429	1.429	1.429	1.429	1.429	1.429
Jumlah		76.451	76.451	105.815	105.815	105.815	94.069
Rata-Rata		9.556	9.556	13.227	13.227	13.227	11.759

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (data diolah)

Pada tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa total saham beredar pada masing-masing perusahaan sektor *consumer's goods* mengalami peningkatan dari tahun 2018-2022. Pada tahun 2018 dan 2019 rata-rata saham beredar sebesar 9.556 dengan MYOR memiliki saham beredar terbanyak disusul JPFA dan ICBP.

Kemudian naik menjadi 13.227 pada 2020 hingga 2022 dimana UNVR menjadi yang terbanyak dengan 38.150 juta lembar saham disusul MYOR 22.359 juta lembar dan JPFA 11.727 juta lembar. Berikut data total saham beredar yang dihimpun berdasarkan perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022:

Peningkatan total saham beredar dikarenakan aksi korporasi perusahaan yang memecah jumlah saham beredarnya (*stock split*), sehingga total saham yang beredar pada pasar meningkat. Pemecahan nilai saham dilakukan untuk menghimpun modal yang lebih besar dari investor terhadap perusahaan yang melakukan *stock-split*. Pada perusahaan sektor *consumer's goods* terdapat satu perusahaan yaitu UNVR yang melakukan pemecahan nilai saham pada periode ini dan pengaruhnya cukup besar karena meningkatkan total rata-rata saham beredar milik sektor *consumer's goods*.

Selain *good corporate governance* terdapat isu yang sedang berkembang dalam perusahaan khususnya sektor *consumer's goods* adalah *corporate social responsibility* (CSR). *Corporate social responsibility* adalah salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan seperti yang diatur Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan yang kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Perusahaan yang telah melaksanakan tata kelola atau *good corporate governance* yang baik maka sudah sepatutnya melakukan aktivitas *corporate social responsibility* yang diamanatkan UU RI No. 40 Tahun 2007 sebagai wujud

kepedulian perusahaan pada kondisi lingkungan dan sosial disekitar perusahaan. Atas dasar inilah perusahaan yang mulai mengembangkan *corporate social responsibility* kini tidak hanya di pandang sekedar tanggung jawabnya saja, melainkan menjadi suatu keharusan dan kewajiban bagi sebuah perusahaan.

Untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan, dalam operasinya perusahaan harus memperhatikan aspek ekonomi, aspek sosial serta aspek perlindungan lingkungan. Oleh sebab itu, muncul kesadaran untuk mengurangi dampak yang kurang baik dari operasi bisnis dengan pengembangan CSR (Gunawan dan Utami, 2008).

Menurut Putra dan Nuzula (2017), pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur dengan menggunakan indeks *global reporting initiative* (GRI) generasi ke-4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori yaitu ekonomi dan bisnis, lingkungan, sosial dan masyarakat.

Pada tabel 1.5 di bawah menunjukkan bahwa rata-rata total penilaian CSR pada masing-masing perusahaan sektor *consumer's goods* mengalami penurunan dari tahun 2018-2022. Pada tahun 2018 hingga 2020 mengalami peningkatan, dengan rata-ratanya sebesar 52,63 pada tahun 2018 naik menjadi 53,50 pada tahun 2019 dan menjadi 54,50 pada 2020, dimana MYOR, UNVR, dan INDF memiliki pengungkapan CSR paling banyak pada periode ini. Namun rata-ratanya turun menjadi 52,75 pada tahun 2021 dan 52,25 pada 2022, dimana UNVR, MYOR, dan KINO memiliki pengungkapan CSR terbanyak pada periode ini. Tingkat fluktuasi CSR yang diukur menggunakan indeks GRI G4 merupakan upaya perusahaan mengungkapkan tanggung jawab perusahaannya pada laporan tahunan namun penilaiannya didapat dari sebanyak apa yang diungkapkan oleh perusahaan juga.

Berikut data total tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* yang dihimpun berdasarkan perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022:

Tabel 1.5
Total Corporate Social Responsibility
Pada Perusahaan Sektor Consumer's Goods
(Berdasarkan Indeks GRI G4)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	54	53	59	76	75	63,4
2.	ICBP	53	55	56	43	42	49,8
3.	INDF	65	57	58	43	45	53,6
4.	MYOR	62	64	66	66	65	64,6
5.	ULTJ	51	47	50	53	51	50,4
6.	JPFA	52	66	55	57	55	57
7.	STTP	32	37	40	27	29	33
8.	KINO	52	49	52	57	56	53,2
Jumlah		421	428	436	422	418	425
Rata-Rata		52,63	53,50	54,50	52,75	52,25	53,13

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (data diolah)

Pada masing-masing laporan tahunan perusahaan memiliki pengungkapan yang berbeda-beda. Terkadang perusahaan tidak secara jelas menerangkan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaannya. Sehingga dapat memengaruhi pengungkapan yang dapat dihitung oleh individu yang melakukannya. Dalam hal ini perhitungan dilakukan menggunakan indeks GRI yang menjadi acuan perhitungan tanggung jawab sosial perusahaan di seluruh dunia.

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan menggunakan indeks *global reporting initiative* (GRI) G4 ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan sektor *consumer's goods* sudah memenuhi tanggung jawab sosial yang diamanatkan UU RI No. 40 Tahun 2007. Karena semakin besar indeks

pengungkapan *corporate social responsibility* pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas diketahui fenomena secara rata-rata tinggi rendahnya hasil *good corporate governance* yang membandingkan jumlah saham publik dengan total saham beredar, kemudian *corporate social responsibility* yang dinilai berdasarkan indeks GRI G4 akan berpengaruh dengan nilai perusahaan yang membandingkan harga saham dengan Nilai Buku per Lembar Saham. Seluruh kegiatan operasional perusahaan seperti menjalankan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* akan sangat berdampak terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan *price to book value* sehingga memerlukan kinerja perusahaan sektor *consumer's goods* yang baik agar dapat berjalan dengan optimal tanpa mengalami kesulitan keuangan pada tahun-tahun berikutnya.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer's Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan harga saham dari setiap tahunnya pada perusahaan *consumer's goods* yang diduga karena tren pasar menurun namun menyebabkan *price to book value* pada nilai perusahaan meningkat.
2. Terjadi peningkatan nilai buku per lembar saham setiap tahunnya pada perusahaan *consumer's goods* yang diduga karena total ekuitas dan total

saham beredar meningkat yang menyebabkan *price to book value* pada nilai perusahaan meningkat.

3. Terjadi peningkatan jumlah saham publik setiap tahunnya pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang diduga karena menurunnya kepercayaan publik terhadap kinerja perusahaan namun menyebabkan kepemilikan publik pada *good corporate governance* menurun.
4. Terjadi peningkatan total saham beredar setiap tahunnya pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang diduga karena aksi korporasi perusahaan namun menyebabkan kepemilikan publik pada *good corporate governance* menurun.
5. Terjadi penurunan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang diduga karena pengungkapan berdasarkan GRI G4 pada laporan tahunan yang menyebabkan pengungkapan *corporate social responsibility* menurun.

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi pembahasan yang terlalu luas sehingga kurang tepat sasaran, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti yaitu menyangkut masalah variabel bebas atau independen yaitu *good corporate governance* (GCG) yang dibatasi menggunakan kepemilikan publik dan *corporate social responsibility* (CSR) yang dibatasi menggunakan pengungkapan *global reporting initiative* (GRI) G4 serta variabel terkait atau dependen yaitu nilai perusahaan yang dibatasi dengan menggunakan *price to book value*.

Dengan data sampel sebanyak 40 data dari 8 perusahaan selama lima tahun (2018-2022) pada perusahaan sektor *consumer's goods* dipilih berdasarkan *market*

cap-nya yang besar dan memiliki laporan tahunan minimal lima tahun selama terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian batasan masalah yang ada, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah *good corporate governance* (GCG) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *good corporate governance* (GCG) terhadap terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Untuk menganalisis dan mengetahui secara simultan pengaruh *good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya, adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ekonomi khususnya tentang *good corporate governance* (GCG) menggunakan kepemilikan publik dan *corporate social responsibility* (CSR) menggunakan pengungkapan GRI G4 terhadap nilai perusahaan menggunakan *price to book value* pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2022.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan kedepannya dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yang memerlukannya untuk menambah pengetahuan bagi para pembaca. Bagi para investor, diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan para investor maupun calon investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*)

Nilai buku per lembar saham atau *price to book value* merupakan penilaian perusahaan yang mengukur harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan agar mampu menciptakan nilai perusahaan yang tinggi terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Berbeda dengan model *price earning ratio* yang hanya bisa digunakan untuk perusahaan yang menggunakan standar akuntansi yang tidak sama dalam suatu sektor industri. Bahkan, pengukuran *price to book value* ini dapat diterapkan pada perusahaan dengan pendapatan yang negatif atau bahkan aliran kas yang negatif. Sedangkan pada *price earning ratio*, sering kali perusahaan memanipulasi pendapatan (*net income*) sebagai komponen utama *price earning ratio* (Yuliningsih dalam Christiana dan Putri, 2017).

Meningkatnya nilai perusahaan yang diukur menggunakan *price to book value* dapat membuat kepercayaan publik semakin tinggi sehingga dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya terhadap suatu perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2018), "*price to book value* atau disebut juga sebagai *market to book ratio* (M/B *ratio*) merupakan penilaian pasar mengenai harga suatu perusahaan berdasarkan nilai bukunya. Perusahaan yang memiliki resiko rendah dan/atau memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi akan dianggap

baik oleh investor dan perusahaan dengan ciri-ciri tersebut akan memiliki *market to book ratio* yang tinggi.”

Menurut Atkinson dkk. (2012), “*price to book value* adalah menghitung nilai yang diberikan oleh pasar kepada organisasi sebagai proporsi dari aset yang diukurnya. Rasio ini juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham karena secara teoritis nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya.”

Price to book value merupakan hubungan antara harga saham dan nilai buku per lembar saham. Rasio ini bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham karena dengan teoritis nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya.

Menurut Hani (2015), “semakin tinggi nilai PBV menunjukkan nilai perusahaan semakin baik dan sebaliknya, semakin rendah nilai PBV menunjukkan nilai perusahaan yang semakin tidak baik, sehingga persepsi para investor terhadap perusahaan juga tidak baik.”

Menurut Koto dan Wansa (2019) , “*price to book value* digunakan untuk mengukur kinerja harga saham yang menunjukkan apakah nilai saham perusahaan lebih mahal atau lebih murah dari saham lainnya.”

Sedangkan menurut Christiana dan Putri (2017), “rasio *price to book value* dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan-perusahaan yang memiliki standar akuntansi yang sama dalam suatu sektor industri.”

Price to book value ratio adalah perbandingan antara harga pasar per saham dengan nilai buku per saham. Rasio *price to book value* telah biasa digunakan untuk

menilai semua jenis perusahaan karena nilai buku dapat menjadi ukuran yang rasional untuk menilai perusahaan.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat *Price to Book Value*

Tujuan dan manfaat dari *price to book value* adalah untuk mengukur pertumbuhan nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai *price to book value* maka akan bermanfaat terhadap kesejahteraan perusahaan yang semakin tinggi serta dapat mempengaruhi pemikiran para investor maupun calon investor yang menaruh minat berinvestasi di dalam perusahaan. Meningkatnya nilai *price to book value* tersebut akan memaksimalkan keuntungan pada perusahaan serta kesejahteraan manajemennya (Kasmir, 2016).

Menurut Hani (2015), tujuan dari nilai perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya secara keseluruhan dan menyejahterakan para pemegang saham. Maka *price to book value* digunakan untuk mengetahui langsung sudah berapa kali market value suatu saham dihargai oleh *book value*-nya.

Menurut Riyanto (2015), sebuah nilai perusahaan yang diukur melalui *price to book value* bertujuan dan bermanfaat untuk menunjukkan jumlah rupiah yang akan dibayarkan kepada setiap lembar saham apabila perusahaan telah dibubarkan dengan asumsi bahwa semua aktiva dapat direalisasikan ataupun terjual dengan harga yang sama terhadap nilai bukunya atau juga menunjukkan jumlah rupiah aktiva perusahaan yang menjadi baik dalam per lembar saham.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan tujuan dan manfaat nilai *price to book value* yaitu dapat mengukur nilai perusahaan berdasarkan nilai bukunya terhadap harga saham dan dapat meningkatkan kesejahteraan pemangku

kepentingan perusahaan serta mempengaruhi pemikiran para investor dan pandangan publik terhadap perusahaan.

2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Price to Book Value*

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Berikut penjelasan dari faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan:

1. Faktor internal, bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya.
2. Faktor eksternal, dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal. Beberapa variabel tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil yang di dapat hingga saat ini masih tidak konsisten (Rinnaya dkk., 2016).

Menurut Rodoni dan Ali (2014), “faktor-faktor yang mempengaruhi *price to book value* yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan *dividen*. Berikut penjelasan dari faktor yang mempengaruhi nilai *price to book value*:

1. Keputusan investasi, diambil oleh perusahaan dalam mengalokasikan dana yang digunakan dalam investasi pada aktiva lancar (jangka pendek) maupun pada aktiva tetap (jangka panjang).
2. Keputusan pendanaan, dibuat oleh manajer untuk mendapatkan sumber pendanaan perusahaan. Sumber dana dapat diperoleh dari modal sendiri (berupa penerbitan saham biasa atau saham preferen) dan modal asing (berupa utang lancar maupun utang jangka panjang).

3. Keputusan *dividen*, merupakan keputusan atau kebijakan perusahaan untuk mengalokasikan laba yang diperoleh dari kegiatan perusahaan. Terdapat 2 keputusan yang dapat diambil yaitu laba dalam bentuk *dividen* ataupun laba yang ditahan.”

Sedangkan menurut Liembono dan Mulyana (2016), “faktor-faktor yang mempengaruhi nilai *price to book value* yaitu:

1. *Return on equity*, yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitasnya.
2. *Margin*, yaitu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.
3. Pertumbuhan perusahaan, yaitu keberlangsungan perusahaan serta profitabilitas perusahaan.”

2.1.1.4 Pengukuran *Price to Book Value*

Menurut Rivai dkk. (2013 hal 163), *price to book value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Price\ of\ Stock}{Book\ Value}$$

Menurut Hani (2014), *price to book value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Price\ per\ Share}{Book\ Value\ per\ Share}$$

Menurut Sudana (2015), *price to book value* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Market\ Price\ per\ Share}{Book\ Value\ per\ Share}$$

Menurut Syamsuddin (2009 hal 67), “*book value per share* menunjukkan suatu “*approximate value*” atau perkiraan nilai (tidak pasti) dari setiap lembar saham biasa yang didasarkan atas asumsi bahwa semua assets perusahaan dapat dilikuidir menurut nilai bukunya. Nilai buku yang dimaksudkan di sini adalah nilai akunting, yaitu nilai yang dicatat berdasarkan sistem akuntansi dan nampak di dalam neraca perusahaan.”

Nilai buku per lembar saham dihitung sebagai berikut :

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Total Common Stockholder's Equity}}{\text{Number of Shares of Common Stock Outstanding}}$$

2.1.2 Good Corporate Governance

2.1.2.1 Pengertian Good Corporate Governance (Kepemilikan Publik)

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Godfrey dalam Hery (2017), *agency theory* merupakan implementasi dalam organisasi modern. Teori keagenan menekankan pentingnya pemilik suatu perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang disebut yang lebih mengerti dalam menjalankan bisnis sehari-sehari.

Dalam perekonomian modern, manajemen, dan pengelolaan perusahaan semakin banyak dipisahkan dari kepemilikan perusahaan. tujuan dari dipisahkannya pengelolaan dari kepemilikan perusahaan, yaitu agar pemilik perusahaan memperoleh keuntungan yang semaksimalnya dengan biaya yang efisien mungkin dan dikelola oleh tenaga-tenaga profesional, bertugas untuk kepentingan perusahaan dan memiliki keleluasaan dalam menjalankan manajemen

perusahaan. Para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*).

Menurut Jensen dan Meckling dalam Ramadona (2016), 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. Semakin besar perusahaan yang dikelola memperoleh laba, semakin besar pula manfaat yang didapatkan agen. Sementara pemilik perusahaan (pemegang saham) hanya bertugas mengawasi dan memonitor jalannya perusahaan yang dikelola oleh manajemen serta mengembangkan sistem insentif bagi pengelola manajemen untuk memastikan bahwa mereka bekerja demi kepentingan perusahaan.

2. Pengertian *Good Corporate Governance*

Tata kelola perusahaan yang baik atau *good corporate governance* sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan perusahaan. *Good corporate governance* mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan yang terlibat pada perusahaan, pemangku kepentingan tersebut merupakan pemegang saham atau pemilik modal, komisaris, dan direksi perusahaan.

Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* atau FCGI (2011), menyatakan bahwa “*good corporate governance* adalah kumpulan peraturan yang mengatur hubungan antara pihak-pihak yang berkepentingan baik itu pihak internal seperti pengurus manajemen dan karyawan maupun eksternal seperti kreditur,

pemegang saham, dan pemerintah yang berkaitan dengan hak dan kewajiban antar pihak atau dengan kata lain suatu sistem pengendalian perusahaan.”

Good corporate governance diartikan sebagai aturan serta prinsip-prinsip yaitu *transparency, fairness, accountability, dan responsibility*, yang dimana GCG mengatur hubungan antar pemegang saham, manajemen, perusahaan (direksi dan komisaris), kreditur, karyawan serta *stakeholders* lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajibannya.

Menurut Franita (2018 hal 10), “*good corporate governance* adalah suatu sistem yang mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha yang berjalan secara berkesinambungan untuk menaikkan nilai saham, yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada *shareholders* yang meliputi karyawan, kreditur dan masyarakat.”

Good corporate governance diterapkan untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah untuk semua pemangku kepentingannya. *Good corporate governance* dapat dianalisis menggunakan kepemilikan publik.

Menurut (Roberto dan Tarigan (2013), “kepemilikan publik adalah seberapa banyak jumlah saham yang dimiliki oleh publik yang merupakan pihak individu di luar dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Apabila kepemilikan publik dalam suatu perusahaan tinggi maka menjelaskan bahwa publik sangat percaya terhadap perusahaan, sebaliknya jika kepemilikan publik rendah bahwa menjelaskan publik tidak minat terhadap saham perusahaan sehingga publik kurang percaya terhadap perusahaan.”

Sedangkan menurut Rozak (2012), “kepemilikan publik merupakan jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh publik, yaitu individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham di bawah lima persen.”

Perusahaan yang berhasil dalam menerapkan *good corporate governance* dapat dilihat dari persentase saham publik yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi tingkat persentasenya maka publik mempercayai perusahaan dapat memberikan keuntungan terhadap pemegang sahamnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* adalah tata kelola dengan prinsip yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan investor maupun publik sehingga dapat meningkatkan kepemilikan saham publik karena perusahaan dapat dipercaya memiliki kinerja yang sangat baik oleh publik.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Good Corporate Governance* (Kepemilikan Publik)

Tata kelola yang baik atau *good corporate governance* yang efektif dapat memperkuat perekonomian dan menciptakan nilai tambah untuk pemangku kepentingan perusahaan.

Menurut Rusdiyanto dkk. (2019), “tujuan dan manfaat *good corporate governance* adalah untuk mengetahui dan untuk menciptakan suatu sistem pengendalian dan keseimbangan (*check and balance*). Untuk mengetahui dan untuk mencegah penyalahgunaan dari sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan suatu perusahaan.”

Menurut Aldridge dan Sutojo (2008), “tujuan *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

1. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham.
2. Melindungi hak dan kepentingan pemegang serta kepentingan non pemegang saham.
3. Meningkatkan nilai perusahaan dan para pemegang saham.
4. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja dewan pengurus dan manajemen perusahaan.”

Sedangkan menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* atau FCGI (2000), “manfaat *good corporate governance* adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat lebih meningkatkan *corporate value*.
2. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.
3. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholders value* dan *dividen*.”

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat *good corporate governance* yaitu berperan meminimalisir resiko terjadinya penyimpangan terhadap kinerja perusahaan sehingga meningkatkan kepemilikan publik terhadap saham perusahaan.

2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Good Corporate Governance* (Kepemilikan Publik)

Menurut Moenek dan Suwanda (2019), faktor-faktor yang mempengaruhi *good corporate governance* sebagai berikut:

1. Tuntutan eksternal

Saat ini *good corporate governance* menjadi ideologi baru negara dan lembaga donor internasional dalam mendorong negara-negara anggotanya menghormati prinsip ekonomi pasar dan demokrasi sebagai prasyarat dalam pergaulan internasional.

2. Tuntutan internal

Masyarakat melihat dan merasakan salah satu penyebab terjadinya krisis multidimensional saat ini adalah terjadinya *abuse of power* yang terwujud dalam bentuk KKN dan sudah sedemikian rupa mewabah dalam segala aspek kehidupan.

Sedangkan menurut Sulistyanto (2008 hal. 145), faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penerapan *good corporate governance* sebagai berikut:

1. Sistem Regulasi yang lemah.
2. Standar Akuntansi dan audit yang Inkonsisten.
3. Praktek Perbankan yang buruk.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan faktor dampak perkembangan perekonomian global hingga sistem internal perusahaan dapat berpengaruh terhadap penerapan kepemilikan publik *good corporate governance* dalam suatu perusahaan.

2.1.2.4 Pengukuran *Good Corporate Governance* (Kepemilikan Publik)

Dalam menganalisis *good corporate governance* terhadap suatu perusahaan dapat menggunakan kepemilikan publik. Kepemilikan publik adalah berapa besar kepemilikan saham yang dimiliki oleh masyarakat dari total saham perusahaan.

Jika kepemilikan publik meningkat berarti perusahaan tersebut diakui oleh masyarakat sebagai perusahaan dengan kinerja yang baik, sebaliknya jika kepemilikan publik menurun berarti kinerja perusahaan kurang baik sehingga publik tidak berani menanamkan modalnya terhadap perusahaan tersebut.

Menurut Oktariani (2013) kepemilikan publik dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Publik} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Publik}}{\text{Total Lembar Saham Perusahaan}}$$

Menurut Nur dan Priantinah (2012) kepemilikan publik dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Publik} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Publik}}{\text{Total Lembar Saham Perusahaan}}$$

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

2.1.3.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap ruang lingkup bisnisnya. Selain menggerakkan perekonomian usaha, perusahaan perlu memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan karyawan, kondisi lingkungan serta masyarakat di sekitarnya.

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007, 2007) pada Pasal 1 (3) berbunyi, “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Menurut Mulyadi dkk (2012), “*corporate social responsibility* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.”

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial adalah usaha suatu perseroan dalam mengurangi dampak negatif serta meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan sebagai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Hadi (2011), mengemukakan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of workforce and their families as well as of the local community and social large.*” Berdasarkan apa yang diungkapkan WBCSD tersebut, CSR merupakan komitmen bisnis yang berkelanjutan sebagai etika berperilaku serta berkontribusi untuk pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarga mereka serta lingkungan sosial yang luas.

Menurut Kotler dalam Rachman dkk. (2011), mengemukakan CSR sebagai “*A commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource.*” Berdasarkan apa yang

diungkapkan Kotler tersebut, CSR merupakan sebuah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sambil menjalankan kegiatan bisnis dan berkontribusi untuk sumber daya perusahaan.

Menurut Azheri (2012), “CSR adalah suatu tanggung jawab perusahaan yang bersifat sukarela (*voluntary*) dan tidak ada sanksi yang bersifat memaksa bagi pihak yang tidak melaksanakannya. Bila dikaitkan teori tanggung jawab sosial dengan aktivitas perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial lebih menekankan pada kepedulian perusahaan terhadap kepentingan stakeholders dalam arti luas dari pada sekedar kepentingan perusahaan belaka.”

Konsep *corporate social responsibility* menekankan pada tanggung jawab perusahaan atas tindakan dan kegiatan usahanya yang berdampak pada orang-orang tertentu, masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. Apabila perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosial, maka akan berakibat tidak baik pada perusahaan itu sendiri. Hal ini tentu berkaitan pada kegiatan yang dilaksanakan perusahaan sehingga berdampak negatif terhadap pihak yang berkepentingan serta masyarakat dalam lingkungan sosial.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyeimbangkan kegiatan bisnis dengan kegiatan sosial perusahaan dalam mencapai kestabilan lingkungan dan masyarakat yang telah diatur dalam undang-undang serta bernilai positif bagi perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility bertujuan sebagai komitmen perusahaan terhadap kondisi sosialnya dan menjadi *sustainability* atau pembangunan ekonomi

berkelanjutan yang dimana telah diamanatkan dalam undang-undang Nomor 40 tahun 2007.

Menurut Chuck Williams (2012), menyebutkan bahwa: “Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan kebijakan.

1. Tanggung jawab ekonomis

Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup dan berkembang.

2. Tanggung jawab legal

Perusahaan harus taat hukum, dalam mencari laba perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

3. Tanggung jawab etis

Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil, dan *fair*.

4. Tanggung jawab filantropis

Perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat” (Williams, 2001).

Keempat pernyataan tersebut merupakan hal yang diterapkan oleh perusahaan sebagai tanggung jawabnya terhadap pemangku kepentingan. Keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak terlepas dari adanya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan taat terhadap hukum yang berlaku.

Selain mendapatkan manfaat dari perusahaan, dengan menerapkan aktivitas *corporate social responsibility* juga bermanfaat bagi masyarakat dan pemerintah sebagaimana yang dikemukakan Syairozi (2019), adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Masyarakat

Dapat meningkatkan berbagai sektor seperti pengadaan pendidikan yang layak dan berkualitas, meningkatkan pelatihan atau training untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.

2. Manfaat bagi Pemerintah

Aktivitas CSR berkaitan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kerja sama dari adanya kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu akan adanya CSR di sekitar mereka.

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai tujuan dan manfaat *corporate social responsibility* maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan CSR memiliki tujuan sebagai pembangunan berkelanjutan terhadap perekonomian dan bermanfaat bagi kelangsungan hidup perusahaan serta masyarakat dan pemerintah karena CSR telah diamanatkan di dalam undang-undang.

2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Haigh dan Jones (2006), terdapat 6 faktor yang mempengaruhi praktik CSR oleh perusahaan. Keenam faktor tersebut adalah *internal pressures on business managers, pressures from business competitors, investors and consumers, and regulatory pressures coming from governments and non governmental organization.*

Faktor-faktor tersebut yaitu tekanan internal pada manajer bisnis, tekanan dari pesaing bisnis, investor dan konsumen, dan tekanan peraturan yang berasal dari pemerintah dan organisasi non pemerintah.

Menurut Agustiningsih dkk. (2016), ada beberapa faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility* diantaranya sebagai berikut:

1. Adanya arus globalisasi memberikan gambaran tentang hilangnya garis pembatas antara berbagai wilayah di dunia sehingga menghadirkan universalitas. Dengan demikian menjadi sangat mungkin perusahaan multinasional dapat berkembang dimana saja sebagai mata rantai globalisasi.
2. Konsumen dan investor sebagai publik primer organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya.
3. Sebagai bagian dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik.
4. Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi pada organisasi.
5. Tanggung jawab sosial dapat meningkatkan organisasi.

Berdasarkan faktor-faktor diatas maka dapat disimpulkan bahwa selain aspek sosial dan lingkungan, aspek ekonomi dan pembangunan sosial juga mempengaruhi *corporate social responsibility* dalam suatu perusahaan.

2.1.3.4 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Dalam mengukur sebuah CSR perusahaan, terdapat cara yang dapat dilakukan yaitu menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)*. *Global Reporting*

Initiative (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Suparjan dan Mulya, 2012).

Penelitian ini menggunakan Global Reporting Initiative (GRI) yaitu pada versi GRI G4 sebagai indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang independen dalam hal penanganan pembangunan berkelanjutan. Dalam konsep pelaporan informasi CSR menurut GRI terdapat enam dimensi pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Pendekatan untuk menghitung CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) pada dasarnya menggunakan pendekatan ekonomi yaitu item CSR diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan (Pradipta dan Supriyadi, 2016).

Menurut (Sayekti dan Wondabio, 2007), perhitungan *corporate social responsibility disclosure index* menggunakan indeks pengungkapan GRI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan

1 = Jika item i diungkapkan

0 = Jika item I tidak diungkapkan dengan demikian, $0 < \text{CSRDI} < 1$

Selanjutnya pengungkapan CSR *Index* menggunakan GRI veri G4 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \frac{\text{Total item yang diungkapkan}}{\text{Total item yang seharusnya diungkapkan}}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual merupakan penjealasan bagaimana teori yang digunakan berhubungan dengan berbagai faktor yang sudah penulis identifikasi sebagai masalah penting. Kerangka pemikiran merupakan konsep yang menggambarkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang teridentifikasi sebagai masalah riset (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *good corporate governance* dan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan.

2.2.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi seorang manajer maupun bagi investor. Nilai perusahaan merupakan persepsi terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Hermuningsih dan Kusuma Wardani, 2009).

Dalam penelitian Putra (2016), menyatakan GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya berdasarkan penelitian Purba (2021), menyatakan kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu bahwa dapat disimpulkan mengenai pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, maka penulis menyimpulkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility dapat mencerminkan nilai perusahaan karena semakin besar nilai CSR maka perusahaan memiliki nilai yang semakin baik. Aktivitas CSR yang baik bagi perusahaan dilihat dari sudut investor global yang memiliki idealisme, tentunya memberikan saham perusahaan lebih bernilai. Karena CSR berbicara tentang *sustainability* dan *acceptability*, sebab dua hal tersebut terkait pada modal yang ditanamkan oleh para investor dalam bentuk nilai saham (Untung, 2008).

Dalam penelitian Retno dan Priantinah (2012), menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Agustina (2013), yang menyatakan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka penulis menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.2.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

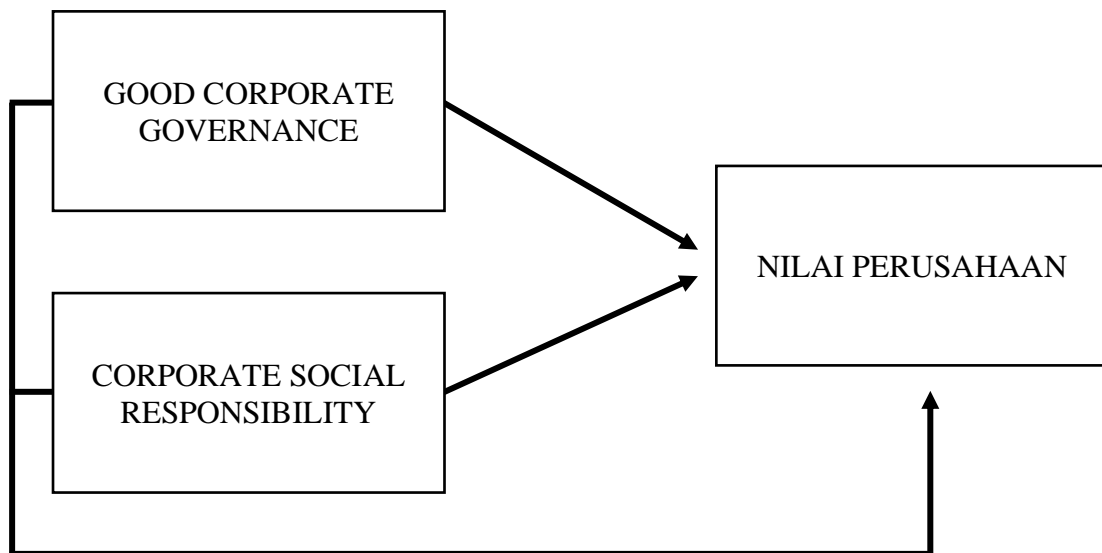
Good corporate governance adalah tata kelola dengan prinsip yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan investor maupun publik sehingga dapat meningkatkan kepemilikan saham publik karena perusahaan dapat dipercaya memiliki kinerja yang sangat baik oleh publik.

Sedangkan *corporate social responsibility* merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyeimbangkan kegiatan bisnis dengan kegiatan sosial perusahaan dalam mencapai kestabilan lingkungan dan masyarakat yang telah diatur dalam undang-undang serta bernilai positif bagi perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Retno dan Priantinah (2012), GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan menurut Hapsari (2018), menunjukkan secara bersama-sama CSR dan GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan diatas, secara parsial masing-masing variabel penelitian berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka perumusan hipotesis secara simultan dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* dan *corporate social responsibility*, berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017), hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pada berbagai hasil penelitian sebelumnya dan kerangka pemikirannya yang dikembangkan, maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. *Good Corporate Governance* dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan dijelaskan menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan pendekatan dengan menggunakan dua variabel atau lebih guna untuk mengetahui suatu hubungan atau pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lain (Umar, 2014). Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersifat empiris, dimana data diperoleh melalui dokumen yang didapat dengan cara *browsing* pada laman resmi Bursa Efek Indonesia.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan asosiatif ialah karena peneliti ingin mengetahui pengaruh dari *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022, baik secara parsial maupun secara simultan.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

3.2 Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel dalam penelitian saling berhubungan dengan variabel yang lain dan mempermudah dalam membahas penelitian yang sedang dilaksanakan. Sesuai dengan judul penelitian yang diambil, maka penelitian ini menggunakan variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Variabel independen sering disebut dengan variabel bebas. Menurut Ikhsan (2014), “variabel independen merupakan jenis variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel dependen (terikat) yang diduga sebagai akibatnya.” Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah *good corporate governance* dengan menggunakan kepemilikan publik dan *corporate social responsibility* dengan menggunakan pengungkapan GRI G4.

Variabel dependen sering disebut dengan variabel terikat. Menurut (Ikhsan, 2014), “variabel dependen merupakan jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.” Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah nilai perusahaan dengan menggunakan pengukuran *price to book value* pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Variabel-variabel penelitian tersaji dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala	Sumber
1.	PBV (Y)	<i>Price to book value</i> merupakan hubungan antara harga saham dan nilai buku per lembar saham. Rasio ini bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham karena dengan teoritis nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya.	$PBV = \frac{\text{Price of Stock}}{\text{Book Value}}$	Rasio	Rivai dkk. (2013)
2.	GCG (X1)	<i>Good corporate governance</i> adalah tata kelola dengan prinsip yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan investor maupun publik sehingga dapat meningkatkan kepemilikan saham publik karena perusahaan dapat dipercaya memiliki kinerja yang sangat baik oleh publik.	$GCG = \frac{\text{Jumlah Saham Publik}}{\text{Total Saham Beredar}}$	Rasio	Nur dan Priantinah (2012)
3.	CSR (X2)	<i>Corporate social responsibility</i> atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyeimbangkan kegiatan bisnis dengan kegiatan sosial perusahaan dalam mencapai kestabilan lingkungan dan masyarakat yang telah diatur dalam undang-undang serta bernilai positif bagi perusahaan.	$CSR = \frac{\text{Total item yang diungkapkan}}{\text{Total item yang seharusnya diungkapkan}}$	Rasio	Sayekti dan Wondabio (2007)

Sumber: Peneliti Sendiri

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini menggunakan data empiris yang diperoleh dari laman resmi Bursa Efek Indonesia yang terfokus pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan data yang diambil adalah dari tahun 2018 sampai tahun 2022. Bursa Efek Indonesia memiliki cabang yang beralamat di Jalan Ir. H. Juanda Baru No. 5A – 6A, Kota Medan.

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Juli 2023. Untuk lebih jelas waktu penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jadwal Kegiatan

No.	Keterangan	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Prariset	■																							
2.	Pengajuan Judul		■	■	■																				
3.	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■	■																
4.	Bimbingan Proposal		■	■	■	■	■	■	■																
5.	Seminar Proposal									■															
6.	Pengumpulan dan Pengolahan Data									■	■	■	■												
7.	Penyusunan Skripsi													■	■	■	■	■	■	■	■				
8.	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■	■	■	■	■
9.	Sidang Meja Hijau																								■

Sumber: Peneliti Sendiri

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *consumer's goods* atau barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sebanyak 45 perusahaan.

Berikut adalah daftar perusahaan yang dijadikan populasi dalam penelitian ini dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Populasi Perusahaan

No.	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
2.	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
3.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
4.	CMRY	PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk.
5.	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
6.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.
7.	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
8.	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Tbk.
9.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
10.	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk.
11.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
12.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
13.	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk.
14.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.
15.	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
16.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
17.	FOOD	PT. Sentra Food Indonesia Tbk.

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Tabel 3.3
Populasi Perusahaan

18.	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk.
19.	IIKP	PT. Inti Agri Resources Tbk.
20.	TRGU	PT. Cerestar Indonesia Tbk.
21.	PSGO	PT. Palma Serasih Tbk.
22.	BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
23.	KEJU	PT. Mulia Boga Raya Tbk.
24.	IBOS	PT. Indo Boga Sukses Tbk.
25.	BEER	PT. Jobubu Jarum Minahasa Tbk.
26.	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
27.	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk.
28.	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk.
29.	WINE	PT. Hatten Bali Tbk.
30.	PMMP	PT. Panca Mitra Multiperdana Tbk.
31.	WMUU	PT. Widodo Makmur Unggas Tbk.
32.	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk.
33.	AISA	PT. FKS Food Sejahtera Tbk.
34.	CRAB	PT. Toba Surimi Industries Tbk.
35.	GULA	PT. Aman Agrindo Tbk.
36.	TAYS	PT. Jaya Swarasa Agung Tbk.
37.	NAYZ	PT. Hassana Boga Sejahtera Tbk.
38.	BOBA	PT. Formosa Ingredient Factory Tbk.
39.	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk.
40.	MGNA	PT. Magna Investtama Mandiri Tbk.
41.	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk.
42.	ENZO	PT. Morenzo Abadi Perkasa Tbk.
43.	PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk.
44.	NASI	PT. Wahana Inti Makmur Tbk.
45.	IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk.

Sumber : Bursa Efek Indonesia

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang menggunakan kriteria. Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa “*purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu atau disebut juga dengan penarikan sampel bertujuan.”

Adapun kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang bergerak di sektor *consumer's goods* pada Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan yang memiliki laporan keuangan dan tahunan aktif selama 5 tahun pada periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 di Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan yang memiliki *market cap* atau nilai kapitalisasi pasar yang terbesar yang diambil dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 di Bursa Efek Indonesia.
4. Perusahaan sektor *consumer's goods* yang tidak memiliki *suspend* ataupun *delisting* dari Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2022.

Berdasarkan karakteristik sampel diatas, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 8 perusahaan. Berikut daftar perusahaan sektor *consumer's goods* yang dipilih menjadi sampel penelitian yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Sampel Perusahaan

No.	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1.	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
2.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
3.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
4.	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
5.	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Tbk.
6.	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
7.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
8.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.

Sumber: Bursa Efek Indonesia

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan merupakan data eksternal perusahaan. Data eksternal adalah data yang dicari secara berkala dan simultan dengan cara mendapatkannya dari luar perusahaan. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi, dimana pengumpulan data diperoleh dari media internet dengan mengunduh laporan tahunan perusahaan sektor *consumer's goods* yang telah diaudit oleh perusahaan terkait yang bersumber dari laman Bursa Efek Indonesia. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data yang telah dipublikasikan lewat Bursa Efek Indonesia.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang merupakan pengujian data dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka untuk menjawab rumusan masalah serta perhitungan hipotesis yang telah digunakan variabel bebas yaitu *good corporate governance* dan

corporate social responsibility berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan (*price to book value*), baik secara parsial maupun simultan, dan setelah itu dapat diambil kesimpulan dari pengujian tersebut.

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan. Pengujian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya berdistribusi normal atau tidak (Ikhsan, 2014). Salah satu metode uji normalitas adalah dengan menggunakan statistik uji *Kolmogorov smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* pada variabel lebih besar dari nilai signifikan yaitu $\{Asymp.Sig(2-tailed) > 0,05 (\alpha = 5\%)\}$ yang telah ditetapkan maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* pada variabel lebih kecil dari nilai signifikan $\{Asymp.Sig(2-tailed) < 0,05 (\alpha = 5\%)\}$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi yang kuat diantara variabel-variabel independen yang diikutsertakan dalam pembentukan model (Ikhsan, 2014). Model regresi yang baik seharusnya bebas dari

multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Bila $VIF > 10$ dan nilai Tolerance $< 0,10$ maka terdapat masalah multikolinearitas.
2. Bila $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan pengganggu (e) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ikhsan, 2014). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas adalah:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan

sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji statistik Durbin Watson. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (DW).

Menurut Astuti (2021), “dasar pengambilan keputusan Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai D-W dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika nilai D-W diatas +2, berarti ada autokorelasi positif atau negatif.

3.6.2 Regresi linier berganda

Regresi adalah suatu metode untuk menentukan hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut Ikhsan (2014), bahwa “Regresi linear berganda adalah suatu metode analisis regresi untuk lebih dari dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat”. Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Juliandi dkk. (2014), model persamaan linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yang diprediksikan (nilai perusahaan)

b = Koefisien

β = Konstanta

X1 = Variabel Independen (*good corporate governance*)

X2 = Variabel Independen (*corporate social responsibility*)

ϵ = Standar *error*

Agar regresi berganda dapat digunakan, maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian model regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh positif atau negatif dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode regresi dapat dilakukan jika memenuhi uji asumsi klasik sebelumnya.

3.6.3 Uji Hipotesis

Menurut Juliandi dkk. (2014), hipotesis berkaitan erat dengan teori. Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada rumusan masalah penelitian. Jawaban sesungguhnya baru akan ditemukan apabila peneliti telah melakukan pengumpulan data dan analisis data penelitian.

3.6.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual atau parsial terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Menurut Sugiyono (2017), signifikan korelasi ditunjukkan pada rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya pasangan *rank*

Bentuk pengujian:

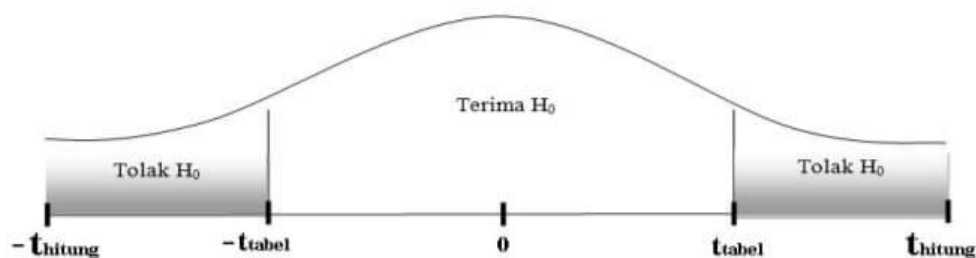
$H_0 : r_s = 0$: artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_0 : r_s \neq 0$: artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika : $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, pada $\alpha = 5\%$, $df = n-2$

H_0 ditolak jika : $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$, $df = n-k$



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

3.6.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat menjelaskan keragaman variabel terikat, serta untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Menurut Sugiyono (2017), uji signifikan dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

- Fh = Nilai F hitung
 r = Koefisien korelasi ganda
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah anggota sampel

Bentuk Pengujian :

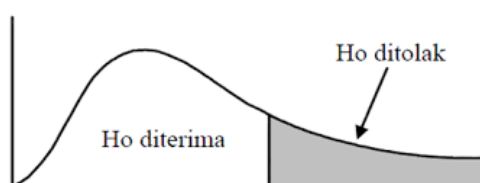
H₀ = Tidak ada pengaruh signifikan *good corporate governance*, dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

H_a = Ada pengaruh signifikan *good corporate governance*, dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

Kriteria pengambilan keputusan :

H₀ diterima jika : F hitung < F tabel atau - F hitung > - F tabel

H₀ ditolak jika : F hitung > F tabel atau - F hitung < - F tabel



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

3.6.4 Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut Sugiyono (2017), koefisien determinasi (R-Square) digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan.

Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Determinasi

R^2 = Nilai korelasi berganda

100% = Presentase Kontribusi

Untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel X1 (*good corporate governance*) dan X2 (*corporate social responsibility*) terhadap Y (nilai perusahaan), dalam mengelola dan menganalisis data penulis menggunakan program perangkat lunak komputer yaitu *software* SPSS versi 27 yang kompatibel dengan perangkat *windows* 10.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data

Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi perusahaan sektor *consumer's goods* berjumlah 45 perusahaan dan sampel yang digunakan berjumlah 8 perusahaan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan adalah perusahaan yang memiliki laporan keuangan dan tahunan aktif selama lima tahun dan memiliki *market cap* terbesar yang diambil. Berikut ini adalah sampel perusahaan sektor *consumer's goods* yang digunakan menjadi objek dalam penelitian:

Tabel 4.1
Sampel Perusahaan Sektor Consumer's Goods
Periode 2018-2022

No.	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1.	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
2.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
3.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
4.	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
5.	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Tbk.
6.	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
7.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
8.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (data diolah)

4.1.1.1 Nilai Perusahaan

Variabel dependen atau terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dengan menggunakan *price to book value*. *Price to book value* merupakan perbandingan harga saham dengan nilai buku yang didapatkan melalui perbandingan total ekuitas dengan total saham beredar. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik pula kondisi perusahaan.

Berikut ini adalah tabel *price to book value* nilai perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2022:

Tabel 4.2
Price to Book Value Perusahaan Sektor Consumer's Goods
Periode 2018-2022:

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	9,38	12,13	56,79	36,28	44,86	32
2.	ICBP	5,37	4,88	2,20	1,85	2,03	3
3.	INDF	1,31	1,28	0,76	0,64	0,63	1
4.	MYOR	6,86	4,62	5,38	4,02	4,36	5
5.	ULTJ	3,27	3,43	3,48	3,18	2,63	3
6.	JPFA	2,34	1,51	1,51	1,54	1,11	2
7.	STTP	2,98	2,74	4,66	3,00	2,55	3
8.	KINO	1,83	1,81	1,49	1,08	1,43	2
Jumlah		33,34	32,42	76,25	51,58	60	51
Rata-Rata		4,17	4,05	9,53	6,45	7	6

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa rata-rata *price to book value* perusahaan mengalami fluktuasi. Terlihat pada tahun 2018 rata-ratanya adalah 4,17 persen kemudian turun menjadi 4,05 persen pada tahun 2019 dan naik menjadi 9,53 persen pada tahun 2020. Kemudian rata-rata turun menjadi 6,45 persen pada 2021 dan naik menjadi 7 persen pada 2022.

4.1.1.2 Good Corporate Governance

Variabel independen atau bebas pertama (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *good corporate governance* menggunakan kepemilikan publik. Kepemilikan publik merupakan jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh publik, yaitu individu atau institusi yang memiliki kepemilikan saham di bawah lima persen.

Berikut ini adalah tabel kepemilikan publik perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2022:

Tabel 4.3
Kepemilikan Publik Perusahaan Sektor Consumer's Goods
Periode 2018-2022

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	15,01	15,01	15,01	15,01	15,01	15,01
2.	ICBP	19,46	19,46	19,46	19,46	19,46	19,46
3.	INDF	49,92	49,92	49,92	49,92	49,91	49,92
4.	MYOR	15,71	15,71	15,71	15,71	15,68	15,70
5.	ULTJ	29,18	27,60	20,42	20,14	19,84	23,44
6.	JPFA	35,83	47,51	44,95	44,09	43,66	43,21
7.	STTP	40,00	40,00	40,00	40,00	40,08	40,02
8.	KINO	9,03	9,80	6,30	6,16	5,32	7,32
Jumlah		214,14	225,00	211,76	210,49	208,96	214,07
Rata-Rata		26,77	28,13	26,47	26,31	26,12	26,76

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa rata-rata kepemilikan publik perusahaan mengalami fluktuasi. Terlihat pada tahun 2018 rata-ratanya adalah 26,77 persen naik menjadi 28,13 persen pada tahun 2019 dan turun menjadi 26,47 persen pada tahun 2020. Kemudian rata-rata turun menjadi 26,31 persen pada tahun 2021 dan turun menjadi 26,12 persen pada tahun 2022.

4.1.1.3 Corporate Social Responsibility

Variabel independen atau bebas kedua (X2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyeimbangkan kegiatan bisnis dengan kegiatan sosial perusahaan dalam mencapai kestabilan lingkungan dan masyarakat yang telah diatur dalam undang-undang serta bernilai positif bagi perusahaan.

Berikut ini adalah tabel *corporate social* perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2022:

Tabel 4.4
Corporate Social Responsibility Perusahaan Sektor Consumer's Goods
Periode 2018-2022

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	54	53	59	76	75	63,4
2.	ICBP	53	55	56	43	42	49,8
3.	INDF	65	57	58	43	45	53,6
4.	MYOR	62	64	66	66	65	64,6
5.	ULTJ	51	47	50	53	51	50,4
6.	JPFA	52	66	55	57	55	57
7.	STTP	32	37	40	27	29	33
8.	KINO	52	49	52	57	56	53,2
Jumlah		421	428	436	422	418	425
Rata-Rata		52,63	53,50	54,50	52,75	52,25	53,13

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa rata-rata *corporate social responsibility* perusahaan mengalami fluktuasi. Terlihat pada tahun 2018 rata-ratanya adalah 52,63 persen naik menjadi 53,50 persen pada tahun 2019 dan naik menjadi 54,50 persen pada tahun 2020. Kemudian rata-rata turun menjadi 52,75 persen pada tahun 2021 dan turun menjadi 52,25 persen pada tahun 2022.

4.2 Analisis Data

Untuk menghasilkan suatu model yang baik, analisis regresi memerlukan pengujian asumsi klasik sebelum melakukan pengujian hipotesis. Apabila terjadi penyimpangan dalam pengujian asumsi klasik, perlu dilakukan perbaikan terlebih dahulu.

4.2.1 Uji asumsi klasik

Sebelum melakukan verifikasi model regresi, penjelasan uji asumsi klasik perlu dilakukan pada model regresi. Hal ini dilakukan untuk menguji bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi dan untuk menghindari hasil penaksiran yang bersifat bias. Macam-macam uji ini ialah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji asumsi klasik dari masing-masing model adalah sebagai berikut:

4.2.1.1 Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji Kolmogorov-Smirnov.

Pengujian Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk melihat variabel penelitian telah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian Kolmogorov-Smirnov didasarkan pada nilai signifikansi dengan kriteria $\{Asymp.Sig(2-tailed) > 0,05 (\alpha = 5\%)\}$ maka data berdistribusi normal, namun apabila nilai signifikansi dengan kriteria $\{Asymp.Sig(2-tailed) < 0,05 (\alpha = 5\%)\}$ maka data berdistribusi tidak normal. Berikut adalah tabel hasil uji Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 4.5
Hasil Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		40	
Normal Parameters	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	0.84128124	
Most Extreme Differences	Absolute	0.133	
	Positive	0.127	
	Negative	-0.133	
Test Statistic		0.133	
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.072	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	0.067	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.060
		Upper Bound	0.073

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Berdasarkan tabel uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov maka diperoleh hasil yaitu nilai signifikansinya sebesar 0.072. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi telah berdistribusi normal dimana nilai signifikansinya lebih dari 0.05 atau $\{Asymp.Sig(2-tailed) 0.072 > 0,05\}$, maka pengujian asumsi klasik dapat dilanjutkan.

4.2.1.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya masalah korelasi antara variabel bebas atau tidak. Model data yang baik adalah tidak memiliki gejala korelasi antara masing-masing variabel bebas. Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut:

3. Bila $VIF > 10$ dan nilai $Tolerance < 0,10$ maka terdapat masalah multikolinearitas.

4. Bila $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Berikut adalah tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	GCG	0.889	1.125
	CSR	0.889	1.125

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas maka dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Nilai *tolerance* sebesar $0.889 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.125 < 10$, maka variabel *good corporate governance* dinyatakan bebas dari multikolinearitas.
2. Nilai *tolerance* sebesar $0.889 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.125 < 10$, maka variabel *corporate social responsibility* dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam variabel independen karena nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10.

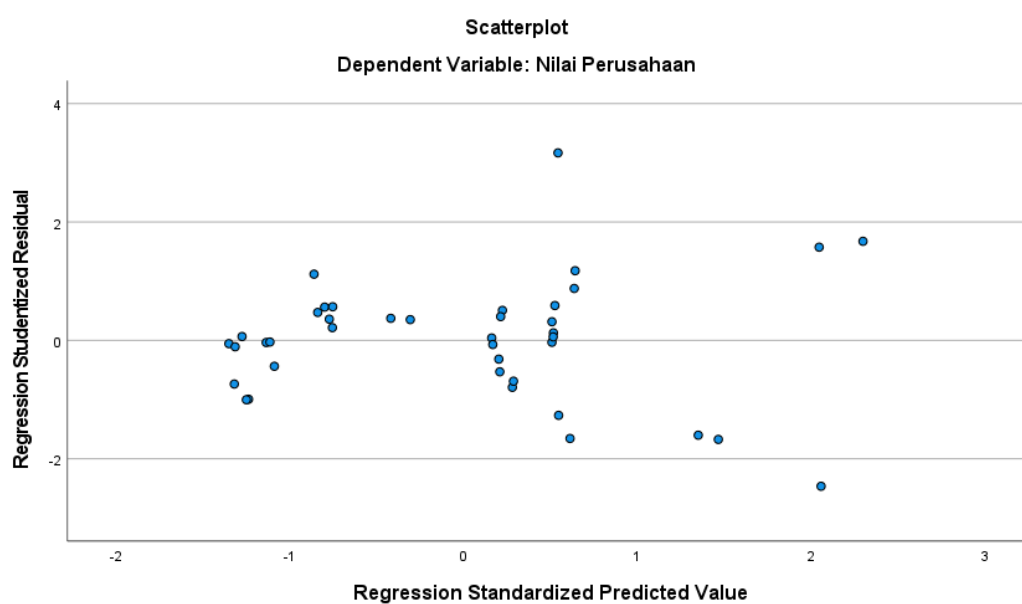
4.2.1.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan yang

lain. Jika varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, sebaliknya apabila varian residual berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas, dimana untuk mendeteksi pengujian ini dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dan SPRESID (nilai residualnya). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian heterokedastisitas adalah:

1. Jika ada pola tertentu, dimana titik-titik atau plot membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah serta disekitar angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut adalah gambar hasil uji heterokedastisitas:



Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4.2.1.4 Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan adanya masalah autokorelasi. Cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan pengujian Durbin-Watson.

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian Durbin-Watson adalah:

1. Jika nilai D-W dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika nilai D-W diatas +2, berarti ada autokorelasi positif atau negatif.

Berikut adalah tabel uji Durbin-Watson:

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.577 ^a	0.332	0.296	0.86372	2.655

a. Predictors: (Constant), CSR, GCG

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2.655 dengan demikian nilai tersebut terletak diantara -2 sampai +2 atau $(-2 < 2.655 < +2)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model ini tidak terjadi autokorelasi.

4.2.2 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk melihat seberapa besar koefisien regresi yang berpengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + \varepsilon$$

Berikut adalah tabel hasil regresi linear berganda:

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.733	2.856	
	GCG	-0.957	0.232	-0.588
	CSR	-0.162	0.641	-0.036

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai regresi linear berganda dengan melihat nilai beta dengan rincian sebagai berikut:

1. Konstanta (Nilai Perusahaan) = 4.733
2. *Good corporate governance* = - 0.957
3. *Corporate social responsibility* = - 0.162

Dari hasil tersebut maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.733 + (- 0.957) X_1 + (- 0.162) X_2$$

Dengan keterangan yaitu:

1. Nilai konstanta sebesar 4.733 yang menunjukkan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* dalam keadaan tetap dimana tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka nilai perusahaan memiliki nilai 4.733.
2. Nilai koefisien *good corporate governance* sebesar (- 0.957) bernilai negatif, sehingga apabila terjadi kenaikan *good corporate governance* sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan akan menurun sebesar (- 0.957) dengan asumsi variabel lainnya konstan.
3. Nilai koefisien *corporate social responsibility* sebesar (- 0.162) bernilai negatif sehingga apabila terjadi kenaikan *corporate social responsibility* sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan akan menurun sebesar (- 0.162) dengan asumsi variabel lainnya konstan.

4.2.3 Uji Hipotesis

4.2.3.1 Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji-t digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain dilakukannya pengujian uji-t yaitu untuk menguji apakah variabel bebas secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

Berdasarkan metode dalam penentuan t-tabel menggunakan ketentuan tingkat signifikan 5% dengan $df = n - k$ yaitu $df = 40 - 3 = 37$. Sehingga didapat nilai t-tabel sebesar 1.687.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan nilai t-hitung dan t-tabel:
 - a. Jika nilai t-hitung $>$ t-tabel, H_0 ditolak sehingga hipotesis diterima maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai t-hitung $<$ t-tabel, H_0 diterima sehingga hipotesis ditolak maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Berdasarkan nilai signifikan:
 - a. Jika nilai sig $<$ 0.05, H_0 ditolak maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai sig $>$ 0.05, H_0 diterima maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Berikut adalah tabel hasil pengujian secara parsial:

Tabel 4.9
Hasil Uji Parsial (Uji-t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.733	2.856		1.657	0.106
	GCG	-0.957	0.232	-0.588	-1.126	0.001
	CSR	-0.162	0.641	-0.036	-0.253	0.801

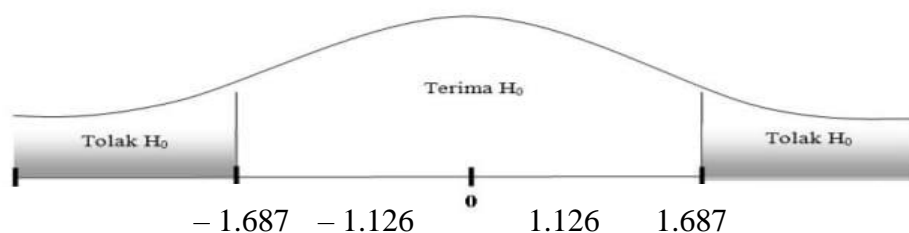
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

1. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah *good corporate governance* berpengaruh secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap nilai perusahaan, dimana t-hitung sebesar -1.126 dan t-tabel = -1.687 . Dalam hal ini t-hitung $-1.126 < -1.687$, maka H_0 diterima sehingga *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya terlihat pula

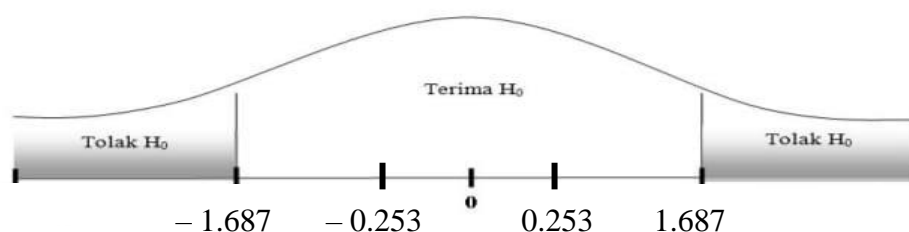
nilai signifikan yaitu $0.001 < 0.05$, maka H_0 diterima sehingga *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 4.2 Kriteria Hipotesis 1
 Sumber: Peneliti Sendiri

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* berpengaruh secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap nilai perusahaan, dimana t-hitung sebesar -0.253 dan t-tabel = -1.687 . Dalam hal ini t-hitung $-0.253 < -1.687$, maka H_0 diterima sehingga *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya terlihat pula nilai signifikan yaitu $0.801 > 0.05$, maka H_0 diterima sehingga *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 4.3 Kriteria Hipotesis 2
 Sumber: Peneliti Sendiri

4.2.3.2 Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji-F atau disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Uji-F juga dimaksud untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi yang sama dengan nol.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan nilai f-hitung dan f-tabel:
 - a. Jika nilai f-hitung $>$ f-tabel, H_0 ditolak sehingga hipotesis diterima maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai f-hitung $<$ f-tabel, H_0 diterima sehingga hipotesis ditolak maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Berdasarkan nilai signifikan:
 - a. Jika nilai sig $<$ 0.05, H_0 ditolak maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai sig $>$ 0.05, H_0 diterima maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Berikut adalah tabel hasil pengujian secara simultan:

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan (Uji-F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.748	2	6.874	9.214	0.001 ^b
	Residual	27.602	37	0.746		
	Total	41.350	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, GCG

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai f-hitung adalah 9.214 dengan nilai signifikan adalah 0.001. Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%, dengan nilai f-tabel berdasarkan $dk = n - k - 1$.

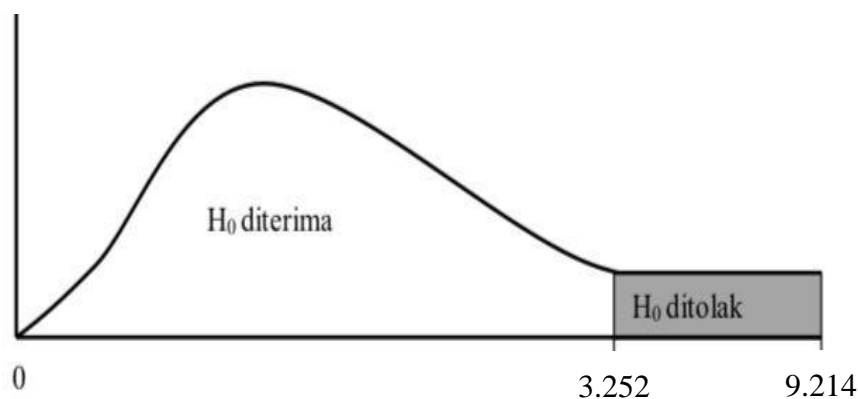
Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh f-tabel sebagai berikut sebagai berikut:

$$f\text{-tabel} = df = n - k - 1 = 40 - 2 - 1 = 37$$

$$f\text{-tabel} = 3.252$$

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh f-hitung 9.214 dan f-tabel 3.252. Dalam hal ini $f\text{-hitung} = 9.214 > 3.252$ maka H_0 ditolak sehingga *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya terlihat pula nilai signifikan yaitu $0.001 < 0.05$, maka H_0 ditolak sehingga *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 4.4 Kriteria Hipotesis 3

Sumber: Peneliti Sendiri

4.2.4 Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai R-Square dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai suatu variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai suatu variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Apabila nilai korelasi sebesar -1 atau 1 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sempurna antara kedua variabel, sedangkan nilai koefisien korelasi 0 menunjukkan hubungan antara kedua variabel sama sekali tidak sempurna.

Berikut adalah tabel hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.577 ^a	0.332	0.296	0.86372	2.655

a. Predictors: (Constant), CSR, GCG

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Semakin tinggi nilai R-Square maka semakin baik bagi model regresi yang berarti kemampuan variabel bebas untuk menjalankan variabel terikatnya juga semakin besar.

Nilai diuji dengan determinasi sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0.332 \times 100\%$$

$$D = 33,2\%$$

Berdasarkan hitungan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai R-Square sebesar 0.332 menunjukkan 33,2% variabel nilai perusahaan dipengaruhi *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* sementara 66,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 menunjukkan nilai t-hitung untuk variabel GCG adalah sebesar -1.126 dan t-tabel -1.687 dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan publik memiliki pengaruh dua arah terhadap nilai perusahaan dimana dengan meningkatnya jumlah kepemilikan publik maka akan menurunkan *price to book value* pada nilai perusahaan dan begitu pula sebaliknya menurunnya jumlah kepemilikan publik maka akan meningkatkan *price to book value* pada nilai perusahaan. Semakin besar tingkat kepemilikan publik maka akan cenderung menurunkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan

Sairin (2018) yang menyatakan, semakin besar kepemilikan publik maka pemegang saham pengendali tidak dapat leluasa dalam mengelola perusahaan. Sehingga ini dapat terjadi konflik kepentingan antara pemegang saham publik dengan pemegang saham pengendali (Hapsari, 2018).

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Sairin (2018) yang menyatakan bahwa kepemilikan publik (GCG) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian hasil penelitian Oktapiani (2020) yang menyatakan kepemilikan publik secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian Fauzi (2016) yang menyatakan GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Purba (2021) yang menyatakan kepemilikan publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 menunjukkan nilai t-hitung untuk variabel CSR adalah sebesar -0.253 dan t-tabel -1.687 dengan nilai signifikan $0.801 > 0.05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima sehingga *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR didalam perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena yaitu kecenderungan investor didalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR, juga variabel CSR yang tidak dapat diukur secara

langsung. Hal ini sesuai dengan Rudianti dkk. (2020) yang menyatakan, rendahnya pengungkapan CSR di Indonesia memperlihatkan masih rendahnya kesadaran perusahaan pada sampel mengenai dampak positif dalam jangka panjang CSR ini, sehingga variabel ini kurang memberikan kontribusi pengaruh dan hubungan yang baik terhadap nilai perusahaan. CSR merupakan strategi untuk jangka panjang yang tidak bisa dirasakan manfaatnya langsung dalam jangka pendek. Tetapi investor di Indonesia membeli saham untuk memperoleh capital gain yang melakukan transaksi membeli dan menjual saham secara harian (Hapsari, 2018).

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Mustofa dan Suaidah (2020) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian hasil penelitian oleh Stacia dan Juniarti (2015) yang menyatakan CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian oleh Yuliana dan Juniarti (2015) yang menyatakan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Agustina (2013) yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 menunjukkan nilai f-hitung 9.214 dan f-tabel 3.252 dan nilai signifikan $0.001 < 0.05$. berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa H_0

ditolak sehingga *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kepemilikan publik pada GCG dan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat implementasi GCG maka akan meningkatkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingginya harga saham perusahaan. Hal ini sejalan dengan Hapsari (2018) yang menyatakan, implementasi GCG dan CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance* dengan baik. Manfaat dari kepemilikan publik dan CSR dapat dirasakan oleh investor yang berinvestasi secara jangka panjang dan sangat besar sekali *feedback*-nya terhadap masyarakat karena dapat meningkatkan kesejahteraan perusahaan serta lingkungan disekitarnya.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Retno dan Priantinah (2012) yang menyatakan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian hasil penelitian oleh Hapsari (2018) yang menyatakan CSR dan GCG secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan hasil penelitian oleh Lestari dkk (2021) yang menyatakan secara simultan GCG dan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan tentang pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022 dengan 8 sampel perusahaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Secara parsial *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Secara simultan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, selain meningkatkan kinerja keuangannya perusahaan harus memperhatikan kepemilikan publik saham perusahaan agar seimbang dan dapat menjadi tambahan modal terhadap perusahaan itu sendiri. Kemudian perusahaan wajib memberikan kontribusi yang lebih baik dalam tanggung jawab sosialnya untuk pembangunan berkelanjutan agar manfaatnya dapat dirasakan khusus untuk perusahaan dan umumnya kepada seluruh masyarakat.
2. Bagi investor, ketika mengambil keputusan investasi, maka sangat penting untuk melihat nilai *price to book value* yang baik sehingga dapat menjadi salah satu acuan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah kajian teori yang mendukung serta menambahkan variabel yang dapat menguatkan hasil penelitian agar dapat membantu perusahaan dan investor dalam mengambil keputusan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis telah melaksanakan penelitian semaksimal mungkin sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki beberapa keterbatasan pada penelitian. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jangka waktu penelitian selama 5 tahun yaitu pada periode 2018-2022 dan dengan menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan masing-masing perusahaan yang memenuhi kriteria.
2. Objek penelitian ini yaitu pada perusahaan sektor *consumer's goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan total sampel yang diambil berdasarkan *purposive sampling* sebanyak 8 perusahaan.

3. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen yaitu *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* serta 1 variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Namun masih banyak sekali faktor-faktor dan variabel penelitian yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. D. F., Ardiansah, M. N., & Hamidah, N. (2017). The Effect of Company Size, Company Age, Public Ownership and Audit Quality on Internet Financial Reporting. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business (SIJDEB)*, 1(2), 153–166. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb>
- Agustina, S. (2013). *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Agustiningsih, S. W., Sulistyarningsih, C. R., & Purwanto. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 16(1), 27–36.
- Aldridge, J. E., & Sutojo, S. (2008). *Good Corporate Governance: Tata Kelola Perusahaan Yang Sehat*. PT. Damar Mulia Pustaka.
- Ardila, I., & Christiana, I. (2019). Company's Performance as A Variable Intervening Between Intellectual Capital and Company's Value. *Journal Of International Conference Proceedings (JICP)*, 2(3), 336–343. <https://doi.org/https://doi.org/10.32535/jicp.v2i3.695>
- Astuti, A. (2021). *Pengaruh Ekspor dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. 1(19), 13–36.
- Atkinson, A. A., Kaplan, R. S., Matsumura, E. M., & Young, S. M. (2012). *Akuntansi Manajemen* (1 ed., Vol. 1). Permata Duri Media.
- Azheri, B. (2012). *Corporate Social Responsibility* (1 ed.). RajaGrafindo Persada.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Essentials of Financial Management)* (M. Masykur, Ed.; 14 ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Christiana, I., & Ardila, I. (2020). Good Corporate Governance Sebagai Variabel Intervening Antara Manajemen Laba Dengan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 59–70. <https://doi.org/10.32502/jimn.v10i1.2677>
- Christiana, I., & Putri, L. P. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Price To Book Value. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, 1(1), 11–20.

- Effendi, M. A. (2009). *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi* (Krista, Ed.; 2 ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI). (2000). Peranan Dewan Komisaris dan Komite Audit Dalam Pelaksanaan Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan). Dalam *Seri Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance)* (2 ed.). FCGI.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI). (2011). Corporate Governance: Tata Kelola Perusahaan. Dalam *FCGI* (3 ed.). FCGI.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan: Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi* (H. Wahyuni & I. M. Azhar, Ed.; 1 ed., Vol. 1). Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Gunawan, B., & Utami, S. S. (2008). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 174–185.
- Hadi, N. (2011). Interaksi Tanggungjawab Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan Sosial. *Jurnal Maksimum*, 1(2), 59–67.
- Haigh, M., & Jones, M. T. (2006). *The Drivers Of Corporate Social Responsibility: A Critical Review*. <http://www.ashridge.org.uk>
- Hani, S. (2014). *Teknik Analisa Laporan Keuangan* (S. Hani, Ed.; 1 ed., Vol. 1). In Media.
- Hani, S. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (1 ed., Vol. 1). Umsu Press.
- Hapsari, A. A. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 211–222.
- Hermuningsih, S., & Kusuma Wardani, D. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Malaysia Dan Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 13(2), 173–183.
- Ikhsan, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Jufrizen, & Al Fatin, I. N. (2020). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Equity, Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 183–195. <http://jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora>

- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Umsu Press.
- Juwika, F. A., & Hani, S. (2015). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 35–48.
- Kasmir, K. (2016). *Analisa Laporan Keuangan* (9 ed., Vol. 1).
- Koto, M., & Wansa, A. B. P. (2019). Firm Value: Automotive Industry Research. *Journal International Of Conference Proceeding (JICP)*, 2(1), 1–10.
- Liembono, A., & Mulyana, R. (2016). *Analisis Fundamental Saham 2: Menguasai Analisis Fundamental Saham dan Ekonomi Global* (1 ed., Vol. 2). Brilliant.
- Moenek, R., & Suwanda, D. (2019). *Good Governance: Pengelola Keuangan Daerah* (1 ed.). Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, D., G.W., S. H., & May, L. D. (2012). Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Pertamina Gas Area JBB Distrik Cilamaya Bagi Masyarakat. *Jurnal Manajemen*, 9(4), 900–920. <https://www.researchgate.net/publication/333447121>
- Nafisah, N. I., Halim, A., & Sari, A. R. (2018). Pengaruh Return On Assets (ROA), Debt To Equity Ratio (DER), Current Ratio (CR), Return On Equity (ROE), Price Earning Ratio (PER), Total Assets Turnover (TATO), Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2015. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA)*, 6(2), 1–17.
- Nur, M., & Priantinah, D. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1), 22–34.
- Oktariani, W. (2013). Pengaruh Kepemilikan Publik, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 8(2), 100–117.
- Pradipta, D. H., & Supriyadi. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, Dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak. Dalam *UGM Jurnal*, 1(4) 42-57.
- Purba, I. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Publik Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan (JRAK)*, 7(1), 18–29.

- Putra, A. A. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013). *Jurnal Ekonomi KIATI*, 27(1), 1–16.
- Putra, A. S., & Nuzula, N. F. (2017). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47(1), 103–112.
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Penebar Swadaya.
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*, 1(1), 84–103.
- Rinnaya, I. Y., Andini, R., & Oemar, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Accounting*, 2(2).
- Rivai, V., Modding, B., Veithzal, A. P., & Mariyanti, T. (2013). *Financial Institution Management (Manajemen Kelembagaan Keuangan)* (1 ed., Vol. 1). PT. RajaGrafindo Persada.
- Riyanto, B. (2015). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (B. Riyanto, Ed.; 14 ed., Vol. 1). BPFE.
- Roberto, & Tarigan, M. U. (2013). Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Publik, Tingkat Leverage Dan Tingkat Profitabilitas Terhadap Risk Management Disclosure (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 907–928.
- Rodoni, A., & Ali, H. (2014). *Manajemen Keuangan* (A. Rodoni, Ed.; 1 ed., Vol. 1). Mitra Wacana Media.
- Rozak, A. (2012). Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Oleh Publik, Leverage Dan Kelompok Industri Terhadap Tingkat Internet Financial Reporting (IFR). *Jurnal Computech dan Bisnis*, 6(2), 101–112.
- Rusdiyanto, Susetyorini, & Elan, U. (2019). *Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasinya Di Indonesia* (Vol. 1). Refika.

- Sari, M., & Jufrizen. (2019). Pengaruh Price Earning Ratio Dan Return On Asset Terhadap Price To Book Value. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(2), 196–203. <https://doi.org/10.22225/kr.10.2.903.196-203>
- Sari, M., Jufrizen, D., & Al-Attas, H. M. (2019). Pengaruh Return On Equity Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019) “Membangun Ekonomi Kreatif yang Berdaya Saing,”* 63–75.
- Sayekti, Y., & Wondabio, L. S. (2007). Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient. Dalam *Jurnal Akuntansi*.
- Sirait, S., Sari, E. N., & Rambe, M. F. (2021). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio Dan Return On Assets Terhadap Price To Book Value Dengan Divident Payout Ratio Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(2), 287–299.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik* (N. I. Sallama, Ed.; 2 ed., Vol. 1). Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RnD*. CV Alfabeta.
- Sulistyanto, S. H. (2008). *Manajemen Laba: Teori Dan Model Empiris* (A. MA. Listyandari, Ed.; 3 ed.). PT. Grasindo.
- Suparjan, A., & Mulya, A. S. (2012). Pengaruh Kinerja Sosial Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 12(3), 27–57.
- Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan* (M. I. Syairozi, Ed.; 1 ed.). Tidar Media.
- Syamsuddin, L. (2009). *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi Dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan)* (10 ed., Vol. 1). PT. RajaGrafindo Persada.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. Dalam *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007* (hlm. 1–2).
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Manggeio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109–117.
- Wahyuni, S. F., Sanjaya, S., & Sari, M. (2018). Studi Kebijakan Dividen: Variabel Anteseden Dan Konsekuensi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Finansial Bisnis*, 2(3), 111–122.
- Williams, C. (2001). *Manajemen Buku 1* (1 ed., Vol. 1). Salemba Empat.

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Dewa Rizki Afandi
NPM : 1905160228
Tempat dan Tanggal Lahir : Binjai, 31 Juli 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : Lima (5) dari 5 bersaudara
Alamat : Jalan Pangeran Diponegoro, Rambung Dalam,
Binjai Selatan, Kota Binjai
No. Telepon : 0813-7502-4532
E-mail : dewathinfs@gmail.com

2. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Suheryanto
Nama Ibu : Suryawati
Pekerjaan Orang Tua : Ayah : Tidak Bekerja
Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jalan Pangeran Diponegoro, Rambung Dalam,
Binjai Selatan, Kota Binjai
No. Telepon : 0813-6106-9624 / 0812-6051-2459
E-mail : -

3. DATA PENDIDIKAN NORMAL

Sekolah Dasar : SD Negeri 023895 Binjai
Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 1 Binjai
Sekolah Menengah Atas : SMA Negeri 2 Binjai
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Juli 2023

DEWA RIZKI AFANDI

LAMPIRAN

HASIL PENELITIAN

1. Tabel Data Mentah

a. Harga Saham

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	9.080	8.400	7.350	4.110	4.700	6.728
2	ICBP	10.450	11.150	9.575	8.700	10.000	9.975
3	INDF	7.450	7.925	6.850	6.325	6.725	7.055
4	MYOR	2.620	2.050	2.710	2.040	2.500	2.384
5	ULTJ	1.350	1.680	1.600	1.570	1.475	1.535
6	JPFA	2.150	1.535	1.465	1.720	1.295	1.633
7	STTP	3.750	4.500	9.500	7.550	7.650	6.590
8	KINO	2.800	3.430	2.720	2.030	1.535	2.503
Jumlah		39.650	40.670	41.770	34.045	35.880	38.403
Rata-Rata		4.956	5.084	5.221	4.256	4.485	4.800

b. Nilai Buku per Lembar Saham

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	967,72	692,25	129,42	113,27	104,78	401
2	ICBP	1.947,11	2.287,01	4.344,01	4.711,08	4.928,23	3.643
3	INDF	5.685,28	6.173,40	9.072,20	9.907,35	10.663,22	8.300
4	MYOR	382,06	443,31	504,11	508,07	574,03	482
5	ULTJ	413,27	489,45	459,87	494,15	559,98	483
6	JPFA	918,02	1.014,48	973,14	1.117,31	1.164,39	1.037
7	STTP	1.256,78	1.639,70	2.040,69	2.519,73	2.998,78	2.091
8	KINO	1.530,37	1.891,44	1.829,29	1.881,35	1.073,35	1.641
Jumlah		13.100,62	14.631,04	19.352,73	21.252,31	22.067	18.081
Rata-Rata		1.637,58	1.828,88	2.419,09	2.656,54	2.758	2.260

c. Jumlah Saham Publik

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	967,72	692,25	129,42	113,27	104,78	401
2	ICBP	1.947,11	2.287,01	4.344,01	4.711,08	4.928,23	3.643
3	INDF	5.685,28	6.173,40	9.072,20	9.907,35	10.663,22	8.300
4	MYOR	382,06	443,31	504,11	508,07	574,03	482
5	ULTJ	413,27	489,45	459,87	494,15	559,98	483
6	JPFA	918,02	1.014,48	973,14	1.117,31	1.164,39	1.037
7	STTP	1.256,78	1.639,70	2.040,69	2.519,73	2.998,78	2.091
8	KINO	1.530,37	1.891,44	1.829,29	1.881,35	1.073,35	1.641
Jumlah		13.100,62	14.631,04	19.352,73	21.252,31	22.067	18.081
Rata-Rata		1.637,58	1.828,88	2.419,09	2.656,54	2.758	2.260

d. Total Saham Beredar

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	UNVR	7.630	7.630	38.150	38.150	38.150	25.942
2	ICBP	11.662	11.662	11.662	11.662	11.662	11.662
3	INDF	8.780	8.780	8.780	8.780	8.780	8.780
4	MYOR	22.359	22.359	22.359	22.359	22.359	22.359
5	ULTJ	11.554	11.554	10.398	10.398	10.398	10.860
6	JPFA	11.727	11.727	11.727	11.727	11.727	11.727
7	STTP	1.310	1.310	1.310	1.310	1.310	1.310
8	KINO	1.429	1.429	1.429	1.429	1.429	1.429
Jumlah		76.451	76.451	105.815	105.815	105.815	94.069
Rata-Rata		9.556	9.556	13.227	13.227	13.227	11.759

e. Total Corporate Social Responsibility

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	54	53	59	76	75	63,4
2.	ICBP	53	55	56	43	42	49,8
3.	INDF	65	57	58	43	45	53,6
4.	MYOR	62	64	66	66	65	64,6
5.	ULTJ	51	47	50	53	51	50,4
6.	JPFA	52	66	55	57	55	57
7.	STTP	32	37	40	27	29	33
8.	KINO	52	49	52	57	56	53,2
Jumlah		421	428	436	422	418	425
Rata-Rata		52,63	53,50	54,50	52,75	52,25	53,13

2. Tabel Data Penelitian (Data Diolah)

a. Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	9,38	12,13	56,79	36,28	44,86	32
2.	ICBP	5,37	4,88	2,20	1,85	2,03	3
3.	INDF	1,31	1,28	0,76	0,64	0,63	1
4.	MYOR	6,86	4,62	5,38	4,02	4,36	5
5.	ULTJ	3,27	3,43	3,48	3,18	2,63	3
6.	JPFA	2,34	1,51	1,51	1,54	1,11	2
7.	STTP	2,98	2,74	4,66	3,00	2,55	3
8.	KINO	1,83	1,81	1,49	1,08	1,43	2
Jumlah		33,34	32,42	76,25	51,58	60	51
Rata-Rata		4,17	4,05	9,53	6,45	7	6

b. *Good Corporate Governance* (Kepemilikan Publik)

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	15,01	15,01	15,01	15,01	15,01	15,01
2.	ICBP	19,46	19,46	19,46	19,46	19,46	19,46
3.	INDF	49,92	49,92	49,92	49,92	49,91	49,92
4.	MYOR	15,71	15,71	15,71	15,71	15,68	15,70
5.	ULTJ	29,18	27,60	20,42	20,14	19,84	23,44
6.	JPFA	35,83	47,51	44,95	44,09	43,66	43,21
7.	STTP	40,00	40,00	40,00	40,00	40,08	40,02
8.	KINO	9,03	9,80	6,30	6,16	5,32	7,32
Jumlah		214,14	225,00	211,76	210,49	208,96	214,07
Rata-Rata		26,77	28,13	26,47	26,31	26,12	26,76

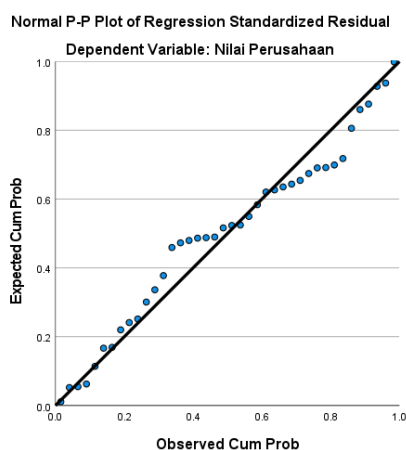
c. *Corporate Social Responsibility*

No.	KODE	Tahun					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1.	UNVR	54	53	59	76	75	63,4
2.	ICBP	53	55	56	43	42	49,8
3.	INDF	65	57	58	43	45	53,6
4.	MYOR	62	64	66	66	65	64,6
5.	ULTJ	51	47	50	53	51	50,4
6.	JPFA	52	66	55	57	55	57
7.	STTP	32	37	40	27	29	33
8.	KINO	52	49	52	57	56	53,2
Jumlah		421	428	436	422	418	425
Rata-Rata		52,63	53,50	54,50	52,75	52,25	53,13

3. Hasil Pengolahan Data (Dalam SPSS)

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		40	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	0.84128124	
Most Extreme Differences	Absolute	0.133	
	Positive	0.127	
	Negative	-0.133	
Test Statistic		0.133	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0.072	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	0.071	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.064
		Upper Bound	0.078

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

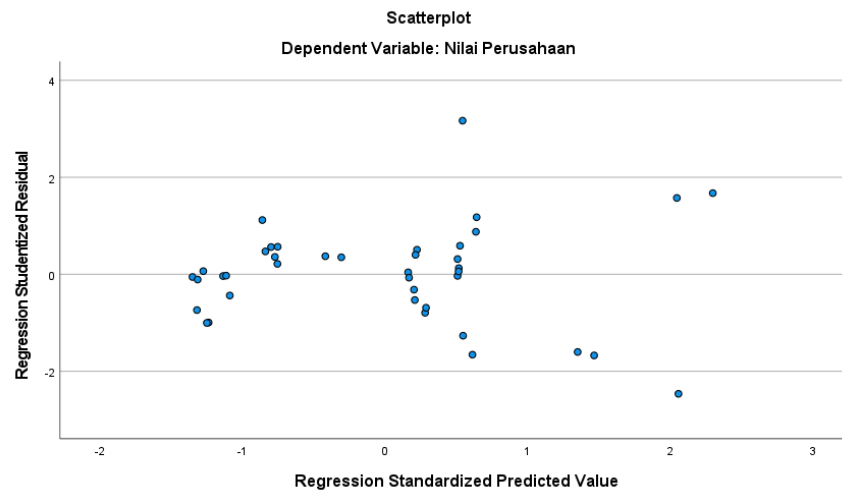
2) Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	GCG	0.889	1.125
	CSR	0.889	1.125

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

3) Uji Heterokedastisitas



4) Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.577 ^a	0.332	0.296	0.86372	2.655

a. Predictors: (Constant), CSR, GCG

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.733	2.856	
	GCG	-0.957	0.232	-0.588
	CSR	-0.162	0.641	-0.036

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

c. Uji Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.733	2.856		1.657	0.106
	GCG	-0.957	0.232	-0.588	-1.126	0.001
	CSR	-0.162	0.641	-0.036	-0.253	0.801

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

2) Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.748	2	6.874	9.214	0.001 ^b
	Residual	27.602	37	0.746		
	Total	41.350	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, GCG

d. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.577 ^a	0.332	0.296	0.86372	2.655

a. Predictors: (Constant), CSR, GCG

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan