

Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

(Studi Kasus Perusahaan yang Mengikuti Riset dan Penilaian *Corporate Governance Perception Index* oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* pada Tahun 2020-2021 Secara Konsisten)

M. Rafly Akbar Salim, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
Eni Wuryani, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email Korespondensi:

msalim.19063@mhs.unesa.ac.id

Abstract:

The purpose of this study is to examine the effect of Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, and Company Size on Corporate Value. The testing population is the company that is the latest in its participation in the Good Governance Perception Index (CGPI) assessment conducted by The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) from 2020 to 2021 consistently. Using the purposive sampling method, 29 companies were obtained as research samples. The analysis used was regression analysis with SPSS version 22. The results showed that Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility did not have a positive effect on the Company's Value also the Company Size variable has a positive effect on Company Value.

Keywords: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Company Size, Company Value, IICG, CGPI.

Abstrak:

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dari pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Populasi pengujian adalah perusahaan yang terdapat dalam keikutsertaannya pada penilaian *Good Governance Perception Index* (CGPI) yang diselenggarakan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) ditahun 2020 sampai dengan 2021 secara konsisten. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 29 perusahaan sebagai sampel penelitian. Analisis yang digunakan adalah *regression analysis* dengan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan serta variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ilmu dan pengetahuan serta teknologi membuat perusahaan, khususnya yang berada di negara Indonesia mengalami perkembangan. Perkembangan perusahaan tersebut berimbas terhadap persaingan diantara perusahaan yang berjalan dengan ketat. Memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing, akan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen akan bisnis (Kotler & Armstrong, 2014). Tujuan dari setiap perusahaan tentunya tidak sama, tergantung dari dasar berdirinya perusahaan tersebut. Ketika sebuah perusahaan mampu untuk menghadirkan nilai unggul pada hasil kerja dibandingkan dengan para pesaingnya, maka akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Nilai perusahaan tempat investor akan berinvestasi, dimungkinkan menjadi dasar yang diperhitungkan pembeli saham saat melakukan peletakan uangnya pada perusahaan (Rachmawati & Pinem, 2015). Nilai perusahaan sendiri dilihat sebagai gambaran kepercayaan masyarakat yang didapatkan dari akumulasi proses oleh perusahaan (Hery, 2017:5).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari *Good Corporate Governance (GCG)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Keseluruhan data penelitian didasarkan ketentuan perusahaan yang terdapat dalam keikutsertaannya pada penilaian *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* dengan periode tahun 2020 sampai dengan 2021 secara konsisten atau berturut pada dua tahun tersebut. Setiap penelitian pasti memiliki hipotesis, untuk memprediksi apa yang akan dihasilkan. Hipotesis yang penulis susun pada penelitian ini adalah *Good Corporate Governance (GCG)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan penelitian yang terjadi, perbedaan tersebut menyangkut pengaruh ketiga variabel bebas terhadap nilai perusahaan. Penulis akan memaparkan hasil *tracing research gap* dari penelitian ini. Pada variabel GCG menurut hasil penelitian Hidayat et al., (2018), ditemukan adanya pengaruh positif dari penerapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian Sari & Sedianingsih (2014), yang menyatakan tidak adanya pengaruh positif dari penilaian GCG terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel *Corporate Social Responsibility* melalui penelitian oleh Susanto & Ardini (2016), berkesimpulan terdapat pengaruh yang positif dari penerapan CSR terhadap nilai perusahaan. Berlainan dengan hasil penelitian Qomariah (2015), yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* tidak berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Untuk variabel nilai perusahaan, melalui Putra & Lestari (2016), ditemukan *positive effect* dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Qomariah (2015), bahwasanya ukuran sebuah perusahaan tidak berdampak kepada nilai perusahaan.

Kajian Teori

Teori Keagenan

Teori keagenan merupakan teori hubungan kerja diantara pihak manajemen sebagai “agent” dan pemilik perusahaan. Menurut Kurnia & Tandiontong (2015), teori keagenan merupakan model kontraktual 2 orang atau lebih dimana salah satunya merupakan *agent* dan pihak lain merupakan *principal*. Dalam kegiatan penyerahan tanggung jawab tersebut *principal* maupun *agent* harus bersepakat bahwasanya segala macam tugas dilaksanakan sesuai kesepakatan kerja.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi dijabarkan pertama kali oleh Dowling & Peer (1975), yang menyuguhkan pandangan perbedaan nilai perusahaan dengan nilai masyarakat. Keadaan tersebut dikenal dengan *legitimacy gap*. *Legitimacy gap* hadir bilamana perusahaan tidak sadar dengan kondisi yang mungkin akan dihadirkan dari aktivitas masyarakat dan harapan masyarakat yang hanya bertujuan menghasilkan keuntungan (Lindawati & Puspita, 2015).

Teori Sinyal

Teori sinyal memaparkan bagaimana pemberian pesan yang dilakukan manajer untuk meminimalkan kesalahan dalam informasi. Teori sinyal menjelaskan bagaimana pandangan manajemen terhadap perkembangan korporasi di kemudian hari, dimana dapat memengaruhi respon investor terhadap perusahaan (Brigham & Houston, 2016:184).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didalam penelitian ini mengenai kinerja perusahaan melalui nilai pasar, jumlah hutang, dan nilai aset. Dalam menentukan nilai perusahaan, diukur dengan menggunakan Rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q digunakan dalam menunjukkan efektivitas suatu perusahaan menggunakan seluruh sumber daya perusahaan, termasuk asetnya sendiri. Perhitungan nilai perusahaan dengan Rasio Tobin's Q adalah sebagai berikut ini:

$$Q = \frac{(MVE + Debt)}{TA}$$

Good Corporate Governance

Good Corporate Governance berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, dan manajer. *Good Corporate Governance* didapatkan dari perhitungan penerapan governansi perusahaan dengan bobot 34,73%, proses governansi 32,13%, hasil governansi 33,14%, serta 13 poin aspek penilaian lainnya. Dari hasil penghitungan tersebut, akan menjadi nilai *Good Governance Perception Index*. Kemudian, *Good Governance Perception Index* dikategorikan kedalam 3 kategori. Kategori tersebut berdasarkan pemberian skor berupa angka 0 s.d 100, di mana semakin mendekati nilai 100, maka dapat disimpulkan perusahaan tersebut semakin baik dalam menerapkan *Good Corporate Governance*.

Corporate Social Responsibility

Nilai *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini merupakan prosedur perusahaan perihal tanggung jawab kepada pemangku kepentingan, pemegang saham, karyawan, dan lingkungan. Nilai *Corporate Social Responsibility* diukur dengan

menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Pengukuran CSRDI menggunakan indikator *GRI Standards* dengan 99 topik spesifik. Pengukuran dilakukan menggunakan variabel *dummy* dengan memberikan skor 1 untuk setiap aspek pengungkapan *GRI Standards* dan skor 0 untuk setiap aspek yang tidak diungkapkan.

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

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan berkaitan dengan jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perhitungan ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural (Ln) dari total aset dalam menghitung indikator ukuran perusahaan. Logaritma natural (Ln) digunakan untuk mengurangi perbedaan substansial antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dan terlalu kecil (Pribadi, 2018: 372–85).

$$\text{Size (Ukuran Perusahaan)} = \text{Ln (Total Aktiva)}$$

METODE PENELITIAN

Pengujian dalam penelitian pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, menggunakan penelitian kuantitatif. Data berupa angka yang besarnya dapat dihitung disebut sebagai data kuantitatif (Hardani et al., 2020). Penelitian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Windows 22*. Penelitian kuantitatif mengutamakan analisis numerik dan diuji statistik menggunakan teknik yang tepat (Hardani et al., 2020).

Populasi and Sampel

Populasi menggunakan sampel bisnis dengan ketentuan perusahaan yang terdatar keikutsertaannya pada penilaian *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* dengan periode tahun 2020 sampai dengan 2021 secara konsisten atau berturut pada dua tahun tersebut. Penelitian ini menelaah populasi perusahaan sesuai dengan kriteria dengan hasil 29 perusahaan. Sampel perusahaan pada penelitian ini memiliki ketentuan terdatar dalam keikutsertaannya pada penilaian *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) yang diselenggarakan oleh *The Indonesian Institute or Corporate Governance* (IICG) ditahun 2020 sampai dengan 2021 secara konsisten atau terus menerus. Sugiyono (2013:215), mengklaim sampel merupakan sebagian dari pada populasi, sumber data yang digunakan dalam penelitian, dan populasi terdiri dari berbagai karakteristik.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah mengetahui apakah dalam model regresi terdapat variabel pengganggu atau *residual* yang memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018).

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| N | | 58 |
| Normal | | .0000000 |
| Parameters ^{a,b} | Mean | |
| | Std.Deviation | .22109755 |
| MostExtreme Dierences | Absolute | .160 |
| | Positive | .075 |
| | Negative | -.160 |
| Test Statistic | | .160 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .001 ^c |
| Monte CarloSig.(2-tailed)Sig. | | .099 ^d |
| | 99% Confidence Interval | |
| | Lower Bound | .091 |
| | Upper Bound | .107 |

Sumber: *Output SPSS Windows versi 22*

Tabel diatas memperlihatkan hasil nilai dari $Sig = 0,099 > 0,05$. Karenanya pada penelitian ini disimpulkan data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi diantara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018).

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coeicients^a

| Model | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 GCG | .315 | 3.177 |
| CSR | .850 | 1.176 |
| SIZE | .336 | 2.978 |

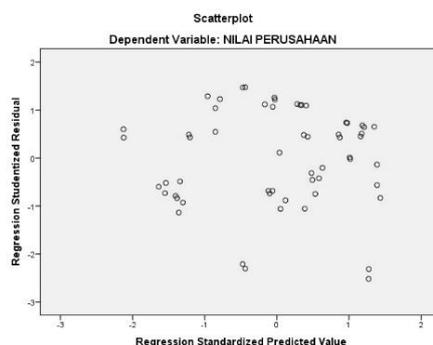
Sumber: *Output SPSS Windows versi 22*

Hasil analisis menyatakan nilai $tolerance > 0,10$, sedangkan nilai $VIF < 10$ pada setiap variabel independennya. Dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018).

Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output SPSS Windows versi 22*

Disimpulkan nilai *sig Good Corporate Governance* $0,458 > 0,05$, ; *Corporate Social Responsibility* $0.524 > 0,05$, ; dan *Ukuran Perusahaan* $0.674 > 0.05$. Disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji dalam model regresi linear ada atau tidak korelasi diantara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau periode sebelumnya.

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error o the Estimate | Durbin-Watson |
|-------------------|----------|-------------------|---------------------------|---------------|
| .520 ^a | .271 | .230 | .227156140976286 | 2.221 |

Sumber: *Output SPSS Windows versi 22*

Berdasarkan hasil uji nilai Durbin Watson sebesar 2.221. Hal ini menunjukkan nilai $DW\ 2.221 > 1.6860\ DU$ dan nilai $DW\ 2.221 < 2.3140\ 4-DU$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

Uji Koesisien Determinasi

Koesisien Determinasi bertujuan mengetahui mampu atau tidaknya analisis menerangkan variabel dependen. Diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,230. Disimpulkan 23% Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan *Ukuran Perusahaan*. Sedangkan sisanya sebesar 77% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Uji Hipotesis Simultan

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel Hasil Uji F
ANOVA^a

| <i>Model</i> | <i>Sumo Squares</i> | <i>d</i> | <i>Mean Square</i> | <i>Sig.</i> |
|--------------|---------------------|----------|--------------------|-------------------------|
| Regression | 1.035 | 3 | .345 | 6.687 .001 ^b |
| 1 Residual | 2.786 | 54 | .052 | |
| Total | 3.822 | 57 | | |

Sumber: *Output SPSS Windows versi 22*

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai F 6.687 dengan nilai *sig* 0,001 < 0,05. Disimpulkan variabel *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

Uji Parsial

Uji statistik t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel Hasil Uji T
Coeicients^a

| Model | <i>Unstandardized</i> | | <i>Standardized</i> | <i>T</i> | <i>Sig.</i> |
|------------|-----------------------|-------------------|---------------------|----------|-------------|
| | <i>Coeicients</i> | | <i>Coeicients</i> | | |
| | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i> | | |
| (Constant) | -.715 | .608 | | -1.176 | .245 |
| GCG | -.007 | .012 | -.120 | -.577 | .566 |
| CSR | -.950 | .264 | -.453 | -3.595 | .001 |
| SIZE | .070 | .029 | .490 | 2.444 | .018 |

Sumber: *Output SPSS Windows versi22*

Hasil pengujian Uji t menunjukkan signifikansi *Good Corporate Governance* 0,566 > 0,05. Disimpulkan secara parsial variabel GCG tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Kemudian, hasil pengujian Uji t menunjukkan nilai signifikansi *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,018. Disimpulkan secara parsial variabel CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Selanjutnya hasil pengujian Uji t menunjukkan nilai signifikansi Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai *sig* sebesar 0,001 (jauh signifikan pada tingkat *sig* 0,05). Disimpulkan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Analisis data regresi linier berganda digunakan karena dalam penelitian ini terdiri lebih dari satu variabel bebas dan hanya ada satu variabel terikat Ghozali (2018).

Tabel Hasil Uji T

| Model | <i>Unstandardized</i> | | <i>Standardized</i> | T | Sig. |
|-------------------|-----------------------|------------|---------------------|--------|------|
| | <i>Coefficients</i> | | <i>Coefficients</i> | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| <i>(Constant)</i> | -.715 | .608 | | -1.176 | .245 |
| GCG | -.007 | .012 | -.120 | -.577 | .566 |
| CSR | -.950 | .264 | -.453 | -3.595 | .001 |
| SIZE | .070 | .029 | .490 | 2.444 | .018 |

Sumber: *Output SPSS Windows versi22*

Tabel tersebut dijabarkan dalam hubungan antara variabel-variabel penelitian kedalam persamaan sebagai berikut:

$$NP = -0.715 - 0.007 \text{ GCG} - 0.950 \text{ CSR} + 0.070 \text{ SIZE} + e$$

Persamaan regresi diatas diinterpretasikan didalam penjelasan nilai konstanta sebesar -0.715 yang merupakan nilai konstanta dengan nilai negative. Menandakan jika nilai dari variabel *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan diasumsikan konstan atau sama dengan nol. Dengan hasil tersebut, maka nilai dari perusahaan akan turut mengalami penurunan. Besarnya nilai koefisien variabel *Good Corporate Governance* sebesar -0.007 dengan nilai negatif, menunjukkan apabila ketika *Good Corporate Governance* mengalami peningkatan maka berbanding terbalik dengan Nilai Perusahaan yang akan mengalami penurunan. Sejalan juga apabila *Good Corporate Governance* mengalami penurunan, maka Nilai Perusahaan akan berbanding terbalik dengan akan mengalami kenaikan.

Besarnya nilai koefisien *Corporate Social Responsibility* sebesar -0.950 dengan nilai negatif, menunjukkan apabila variabel *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan maka Nilai Perusahaan akan mengalami penurunan. Sejalan juga apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami penurunan nilai, maka Nilai Perusahaan akan berbanding terbalik dengan mengalami kenaikan. Besarnya nilai koefisien pada Ukuran Perusahaan sebesar 0.070 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan apabila variabel Ukuran Perusahaan mengalami peningkatan maka Nilai Perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Sebaliknya juga apabila Ukuran Perusahaan mengalami penurunan jumlah maka berbanding lurus dengan Nilai Perusahaan yang juga mengikuti penurunan tersebut.

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis satu menyatakan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berdasarkan hasil analisis pengujian, hipotesis tersebut tidak didukung. Hasil pengujian menunjukkan *Good Corporate Governance* memiliki nilai $t_{hitung} = (-0.577)$ dan nilai signifikansi 0,566. Dari hasil tersebut menunjukkan, bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh positif (dalam hasil tidak berpengaruh) terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan Hipotesis satu (H1) ditolak.

Dampak maupun keuntungan terhadap implementasi *Good Corporate Governance* tidak dapat secara serta merta terjadi dan dirasakan. Pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan cenderung dapat dinilai dalam jangka waktu yang panjang, hal ini terjadi karena menyangkut kepercayaan dari para investor. Penjelasan ini didukung dengan dasar teori sinyal yang dijabarkan oleh Sofiatin (2020), dimana mengurangi asimetris informasi dapat dilakukan dengan cara mengabarkan sinyal dalam jangka waktu yang panjang kepada eksternal perusahaan berupa *financial statements* yang dapat memengaruhi kepastian perkembangan perusahaan dimasa depan.

Peneliti menggunakan rentang waktu variabel selama 2 tahun (2020-2021), bertujuan mengetahui hasil pengaruh GCG yang diproksikan dengan nilai CGPI pada masa pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Cahyaningtyas & Hadiprajitno (2015) dan Sari & Sedianingsih (2014), yang menyatakan GCG tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penerapan GCG memerlukan waktu untuk dirasakan manfaat serta dampaknya terhadap nilai perusahaan karena berhubungan dengan kepercayaan investor. Namun, penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Hidayat et al., (2018), yang ditemukan adanya pengaruh positif penerapan GCG terhadap nilai perusahaan. Dalam meningkatkan kepercayaan investor publik yang bertujuan dalam memaksimalan nilai sebuah perusahaan, dapat dilakukan dengan lebih memperhatikan dan menjalankan penerapan GCG.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis dua menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, berdasarkan hasil analisis, hipotesis tersebut tidak didukung. Hasil uji menunjukkan bahwa CSR memiliki nilai $t_{hitung} = -3.595$ dengan Nilai $Sig = 0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan Hipotesis dua (H2) ditolak.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada setiap perusahaan memiliki perbedaan tujuan dan prioritas tergantung apa yang ingin dicapai dari perusahaan tersebut. Terdapat perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan tidak terperinci sehingga memiliki nilai yang lebih rendah. Hal tersebut, mempengaruhi secara negatif *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai dari perusahaan. Penjelasan ini didukung dengan teori legitimasi, dijabarkan Dowling & Peer (1975), yang menyuguhkan pandangan perbedaan nilai perusahaan dengan nilai masyarakat. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat dalam memulihkan, meningkatkan, dan mempertahankan predikat *legitimate* yang terikat pada perusahaan ataupun organisasi (HadjohI & Sukartha, 2013).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2016), dimana CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan melalui Tobin's Q. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, menyebabkan nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q tersebut akan semakin rendah. Namun, hasil dari penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Susanto & Ardini (2016), dimana CSR memiliki dampak positif pada nilai perusahaan. Terdapat korelasi antara CSR perusahaan dan nilai dari perusahaan, yang menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR, semakin baik pandangan yang dilihat oleh investor sebagai perhatian

terhadap masalah sosial terhadap lingkungan di sekitarnya maupun dengan jangkauan luas korporasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis tiga menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis tersebut dapat diterima. Ukuran Perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar 2.444 dengan nilai $Sig = 0,018 < 0,05$. Data hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif. Dapat disimpulkan Hipotesis tiga (H3) diterima.

Perusahaan yang memiliki jumlah total aset besar, membuat pihak manajemen memiliki keleluasaan dan kemampuan dalam mempergunakan serta mengembangkan aset yang ada. Perusahaan dengan ukuran yang besar lebih dipercaya investor dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil. Hal ini karena perusahaan dengan ukuran besar dianggap lebih memiliki kondisi yang relatif stabil didalam perusahaannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan konsepsi Hermuningsih (2012), yaitu Ukuran perusahaan akan berperan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator kekuatan keuangan perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar lebih dipercaya investor dibandingkan perusahaan ukuran kecil. Karena perusahaan dengan ukuran besar, dianggap memiliki kondisi yang relatif stabil. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indriyani (2017) dan Novari & Lestari (2020), yang menghasilkan Ukuran yang perusahaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator dari kekuatan keuangan perusahaan. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Qomariah (2015), yang mana dinyatakan ukuran perusahaan tidak berdampak kepada nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki jumlah aset besar, tidak akan selalu dibarengi dengan besarnya nilai perusahaan tersebut.

KESIMPULAN

Good Corporate Governance tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Respon dan keuntungan terhadap implementasi *Good Corporate Governance* tidak bisa secara singkat terjadi maupun dirasakan dampaknya, tetapi akan membutuhkan beberapa waktu dikarenakan menyangkut kepercayaan dari investor. Kemudian menurut hasil uji, *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada setiap perusahaan berbeda-beda, sehingga menyebabkan adanya perusahaan yang memiliki nilai yang rendah didalam laporannya. Selanjutnya variabel Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Pentingnya pemberian pesan oleh perusahaan (Ukuran Perusahaan (Total asset)) melalui laporan perusahaan, dimana informasi penting untuk pelaku bisnis dalam pengambilan keputusan investasi.

Dengan hasil yang terpaparkan diatas, peneliti merasa perlu memberikan saran kepada pihak-pihak terkait. Bagi investor agar lebih seksama memperhitungkan investasi yang dilakukan, dengan memperhatikan hal lain selain nilai perusahaan seperti GCG dan CSR. Kemudian bagi perusahaan, variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan dapat lebih memperhatikan dalam upaya meningkatkan asetnya dan mengetahui mengenai pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang diungkapkan melakukan *sustainability report*. Terakhir bagi akademik, mampu menjadi referensi kajian tentang pengaruh GCG, CSR, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan menambah variabel lain yang belum masuk dalam penelitian ini.

DATAR PUSTAKA

- Brigham, E. ., & Houston, J. . (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (14th ed.). Salemba.
- Cahyaningtyas, A. R., & Hadiprajitno, B. (2015). Pengaruh Corporate Governance Perception Index dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal Accounting*, 4(2010), 1–12.
- Dowling, J., & Peer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Social Values and Organizational Behavi. *Sociological Perspectives*, 18(1), 122–136.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- HadjohI, R. A., & Sukartha, M. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan Dan Eksposur Media Pada Pengungkapan Informasi Lingkungan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(1), 1–18.
- Hardani, H., Sukmana, D. J., Andriani, H., & ardani, R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *CV. Pustaka Ilmu Group* (1st ed., Vol. 1). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 232–242.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan (Intergrated and Comprehensive edition)*. Grasindo.
- Hidayat, . S., Rizal, M., & Ariianti, R. (2018). Analisis Pengaruh Dari Corporate Governance Perception Index (CGPI) Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan BUMN. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 2(1), 1–85.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333–348.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2020). *Analisis dampak pandemi Covid-19 terhadap perluasan kesempatan kerja dan implikasinya*. Kementerian Ketenagakerjaan. <https://satudata.kemnaker.go.id/publikasi>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles O Marketing. In *Pearson Education Limited* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Kurnia, T., & Tandiontong, M. (2015). The Eect o Corporate Social Responsibility (CSR) and inancial Ratio to Corporate Values. *The Indonesian Journal o Accounting Research-May*.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 157–174.
- Novari, M. P., & Lestari, V. P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Proitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Unud*.
- Pribadi, M. T. (2018). Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Proitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Eek Indonesia. *Progress Conerence*, 1(1), 372–85.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Proitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7).
- Qomariah, N. (2015). The Eect o Corporate Social Responsibility, Size and Proitability Toward On the Value o Corporate (Studies in Manuacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange). *IOSR Journal o Business and Management (IOSR-JBM)*, 17(2), 25–30.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Proitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Equity*, 18(1), 1.
- Sari, T. P., & Sedianingsih. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan pada Peserta Survei Corporate Governance Perception Index. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 159–165.
- Sari, W. A., Handayani, S. R., & Nuzula, N. . (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan & Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Nilai Pasar). *Jurnal Administrasi Dan Bisnis (JAB)*, 39(2), 115.
- Soiatin, D. A. (2020). Pengaruh Proitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manuaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). *Prisma (Platorm Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47–57.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitati, dan R & D* (P. D. Sugiyono (ed.); 19th ed.). Alabeta.
- Susanto, Cnditya M., & Ardini, L. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Proitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(7), 1–17.