

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN KINERJA KEUANGAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Dr. Achmad Fauzi S.E.,M.M^a, Adinda Rahmadiyah^b, Erdina Mandasari^c, Sakinah Saputra^d

^aFakultas Ekonomi dan Bisnis, achmad_fauziok@yahoo.com, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

^bFakultas Ekonomi dan Bisnis, adindarahmadiyah@gmail.com, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

^cFakultas Ekonomi dan Bisnis, din98.mandas@gmail.com, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

^dFakultas Ekonomi dan Bisnis, sakinahsa17@gmail.com, Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan Riset yang relevan yang dapat berfungsi untuk memperkuat teori dan pengaruh antar variable. Tujuan penulisan penelitian ini untuk menentukan efek pengaruh antar variable yang dapat digunakan pada riset selanjutnya, yakni: 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaab; 2) *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan 3) Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan*

1. PENDAHULUAN

Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan akan membuat kesadaran praktik tanggung jawab sosial menjadi sangat penting dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai produk/komoditas yang ramah lingkungan. Pedoman dalam menjalankan tanggung jawab sosial dengan neraca tiga (sosial, lingkungan, dan keuangan).

1970-an Corporate Social Responsibility telah dikenal dan praktik CSR menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang sahamnya tetapi juga kepada pemangku kepentingan lainnya. Stakeholder terdiri dari pelanggan, karyawan, masyarakat, pemasok, dan pesaing (Rosiana, Juliarsa, & Sari, 2013).

Pelaksanaan CSR di era global menjadi wajib. Sesuai dengan UU No 25 Tahun 2007 (UUPM) tentang Penanaman Modal, Pasal 15(b), tanggung jawab sosial perusahaan wajib diambil oleh semua investor. *Corporate social responsibility* meningkatkan citra sehingga dapat menghasilkan evaluasi positif bagi setiap pemangku kepentingan. Perusahaan yang beroperasi dengan orientasi triple-bottom-line lebih menarik investor untuk berinvestasi daripada yang dibutuhkan semua perusahaan, sehingga menambah nilai bagi perusahaan.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Nilai Perusahaan (y)

Pencapaian sebuah perusahaan sebagai tanda kepercayaan masyarakat setelah perusahaan melalui proses panjang dari awal berdirinya perusahaan hingga saat ini (Selvi Sembiring, 2019). Harga Pasar sama mencerminkan nilai jual perusahaan atau nilai perusahaan.

2.2 Corporate Social Responsibility (x1)

2.2.1 Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Legitimasi adalah masyarakat (society), pemerintah individual dan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada sekelompok masyarakat. Perusahaan harus searah dengan harapan masyarakat agar dapat mendorong adaptasi masyarakat.

2.2.2 Teori Stakeholder

Teori Stakeholder yakni teori yang menjabarkan mengenai hubungan antara perusahaan dalam melakukan aktifitasnya dengan para stakholder. Pihak yang secara nyata atau tidak mempengaruhi operasi dan kebijakan perusahaan harus diperhatikan dengan baik.

Jika suatu perusahaan tidak memperhatikan kelompok kepentingan, maka tidak menutup kemungkinan akan mendapat protes dan dapat menghilangkan legitimasi kelompok kepentingan tersebut (Dyah & Priantimah, 2012)

2.2.3 Teori Kontrak Sosial (Teori Perjanjian Masyarakat)

J.J. Rousseau (1762) dalam Nor Hadi (2011:96) mengatakan alam bukanlah manifestasi dari konflik, tetapi memberi hak untuk individu bertindak kreatif. Kontrak sosial sebagai alat untuk mengatur tatanan sosial dalam melakukan kehidupan sehari-hari.

2.2.4 Teori Persinyalan (Signalling Theory)

Gambaran sebuah keadaan perusahaan sebagai rasa tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan disebut juga teori sinyal. Sinyal harus diberikan dengan baik agar dapat dipandang lebih baik dari perusahaan lain. (Selvi Sembiring, 2019). Manajemen mempunyai Informasi tertentu. Asimetri informasi muncul disebabkan adanya satu pihak yang mempunyai pengetahuan yang tidak dipunyai oleh pihak lain.

2.3 Good Corporate Governance (x2)

Teori Keagenan :

Penjelasan mengenai sebuah hubungan agensi relathionsip dan masalah yang ditimbulkan disebut juga dengan teori keagenan. Agency relationship adalah hubungan antar dua pihak, yakni pihak pertama bertugas sebagai prinsipal dan pihak lainnya dikatakan sebagai agen yang bertanggung jawab sebagai perantara yang mewakili prinsipal dalam bertransaksi dengan pihak ketiga.

Di perusahaan go public, hubungan agensi mencerminkan hubungan antara investor dan manajemen perusahaan (Ali, 2019). 5 asas yang menjadi petunjuk dalam penerapan GCG yaitu antara lain, Akuntabilitas, Transparansi, Kemandirian, Pertanggungjawaban dan Kewajaran. Penelitian tentang Good Corporate Governance (x2) sebelumnya yakni ditulis oleh (Safitri, 2020).

2.4 Kinerja Keuangan (x3)

Gambaran keadaan keuangan perusahaan selama periode waktu tertentu dalam hal memperoleh dana dan meminjamkan dana, biasanya diukur dari segi likuiditas, solvabilitas dan rentabilitas (Laksmiana, 2018). Kinerja keuangan merupakan hasil atau aktivitas yang diperoleh oleh manajemen dalam memenuhi tugasnya secara efektif mengelola kekayaan perusahaan sampai jangka waktu yang ditentukan. (Rudianto, 2013:189). Kinerja keuangan menjadi dasar penilaian keadaan keuangan perusahaan yang berdasarkan pada analisis parameter-parameter perusahaan. Untuk dapat melihat keadaan dan kinerja perusahaan, stakeholder mutlak membutuhkan hasil pengukuran kinerja keuangan perusahaan.

Tabel 1: Penelitian terdahulu yang relevan

No	Author (year)	Previous Research Results	Equation with this article	Difference with this article
1	(Hexana & Nabil, 2018)	Disclosure of Corporate Social Responsibility has no significant on value of the company	Disclosure of Corporate Social Responsibility affect positive	Disclosure of Corporate Social Responsibility has significant on valueof the company
2	(Dyah & Priantama, 2012)	Disclosure of Corporate Social Responsibility has a positive and no significant on value of the company	Disclosure of Corporate Social Responsibility affect positive	Disclosure of Corporate Social Responsibility has significant on value of the company
3	(Citra & Susi, 2017)	Disclosure of Corporate Social Responsibility has no significant on value of the company	Disclosure of Corporate Social Responsibility affect positive	Disclosure of Corporate Social Responsibility has significant on valueof the company

4	(Kadek & Ni Luh, 2019)	Disclosure of Corporate Social Responsibility has no significant on value of the company	Disclosure of Corporate Social Responsibility affect positive	Disclosure of Corporate Social Responsibility has significant on value of the company
5	(Fika & Rahmawati, 2016)	Disclosure of Corporate Social Responsibility has no significant on value of the company	Disclosure of Corporate Social Responsibility affect positive	Disclosure of Corporate Social Responsibility has significant on value of the company
6	(Reistiawati & Meina, 2020)	Good Corporate Governance has a positive and significant on value of the company	Good Corporate Governance affect positive	Good Corporate Governance as proxied by managerial ownership has significant on value of the company
7	(Dyah & Priantama, 2012)	Good Corporate Governance has a positive and significant on value of the company	Good Corporate Governance affect positive	Good Corporate Governance as proxied by managerial ownership has significant on value of the company
8	(Reny & Denies, 2012)	Good Corporate Governance has a positive and significant on value of the company	Good Corporate Governance affect positive	Good Corporate Governance as proxied by managerial ownership has significant on value of the company
9	(Vincentius & Juniarti, 2013)	Good Corporate Governance has a positive and significant on value of the company	Good Corporate Governance affect positive	Good Corporate Governance as proxied by managerial ownership has significant on value of the company
10	(Rio & Iqbal, 2018)	Good Corporate Governance has a positive and significant on value of the company	Good Corporate Governance affect positive	Good Corporate Governance as proxied by managerial ownership has significant on value of the company

3. METODE PENELITIAN

Penulisan Jurnal Ilmiah ini menggunakan metode kualitatif, kajian teori dan mencari hubungan dan efek setiap variabel dari jurnal secara online bersumber dari Google Scholar, Google Cendekia dan Media Digital lainnya.

Di Dalam metode kualitatif, kajian pustaka memerlukan konsisten asumsi teori yang sudah terbukti kebenarannya. Selain itu harus bersifat metodologis yang artinya melihat hal- hal dari berbagai sudut pandang dan menarik kesimpulan dari semuanya, selain itu pertanyaan tersebut tidak boleh tertuju kepada peneliti.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya yang sudah relevan, maka jurnal ilmiah ini ada di lingkup konsentrasi manajemen.

4.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility (x1) Terhadap Nilai Perusahaan (y)

Potensi CSR meningkatkan legitimasi eksternal supaya bisa menilai besar kecilnya suatu upaya aktivitas yang sesuai dengan norma. Hal ini dilakukan untuk mengungkap strategi perusahaan dalam memenuhi kepuasan stakeholder. Karna semakin banyak masyarakat yang mengungkap Corporate Social Responsibility, hasilnya pun akan transparan, informasi yang diperoleh akan lengkap tanpa ada rekayasa. Sehingga hal ini memberikan arah positif untuk investor. Dampak, nilai perusahaan meningkat, hasil penelitian (Salim, 2018) mengungkapkan bahwa Corporate Social Responsibility sangat berpengaruh positif yang sangat signifikan.

4.2 Pengaruh Good Corporate Governance (x2) Dengan Proksi Kepemilikan Manejerial Terhadap Nilai Perusahaan (y)

Dewan komisaris dan jajaran direktur mengikuti pengambilan keputusan untuk membereskan permasalahan pihak eksternal & internal, dan ketika salah satu pihak tersebut memiliki kepemilikan yang besai di manajerial, maka semakin bagus kinerja suatu perusahaan. membeli saham di perusahaan-nya. Dari hasil kinerja tersebut, perusahaan menghasilkan informasi yang berkualitas dan bisa diberikan kepada para investor. Ketika investor tertarik berinvestasi dalam jumlah besar pada perusahaan, maka akan terjadi tingkat tinggi pada value perusahaan. (Putri & Suprasto, 2016) dan (Ramadhani, Purnamawati, & Sujana, 2017)) ditemukannya hubungan positif secara signifikan Antara GCG manajerial & perusahaan.

4.3 Pengaruh Good Corporate Governance (x2) dengan proksi kepemilikan institusional terhadap Nilai Perusahaan (y)

Saham ini milik pemerintah, badan keuangan & hukum, memiliki peran dalam menangani masalah. Dengan adanya campur tangan investor institusional, kejadian yang tidak diinginkan seperti manipulasi laba tidak akan terjadi. Jika di temukan manipulasi laba pada suatu perusahaan, perusahaan akan menanggung konsekuensinya berupa tekanan besar ketika suatu perusahaan berani melakukan Corporate Social Responsibility. Pihak luar dapat diyakini dengan bukti aktivitas selain itu legimitasi mudah didapatkan dan diraih, sehingga pihak luar dapat mengetahui keberadaan perusahaan. Adapun hasil keputusan (Putri & Suprasto, 2016) menunjukkan Good Corporate Governance mempunyai kepemilikan terhadap institusional positif dan sangat relevan..

4.4 Pengaruh Good Corporate Governance dengan proksi proporsi dewan komisaris independen terhadap Nilai Perusahaan

Direktur independen memiliki tugas yaitu menjadi jembatan inti kepentingan stakeholder beserta manager. Tugas ini diberikan karena adanya perselisihan yang terjadi antara kedua belah pihak. Tidak hanya itu, komisaris independen pun harus mengawasi. Komisaris Independen melakukan sebuah tugas yaitu menjadi jembatan kepentingan stakeholder dan manager, hal ini dilakukan karna munculnya perselisihan yang terjadi Antara kedua belah pihak. Tidak cuman itu saja tugas nya mengawasi semua peraturan manajemen dalam penilaian jangka panjang. Yang nantinya akan menjadi informasi bagi stakeholder. informasi ini menghasilkan kabar baik untuk para investor, agar tertarik untuk berinvestasi di industri.

4.5 Pengaruh Good Corporate Governance (x2) dengan proksi ukuran dewan direksi terhadap Nilai Perusahaan (y)

Pengawas direktur eksekutif berperan untuk melarang pihak manajemen untuk tidak melakukan yang bisa memberati para pemilik saham, jika hal ini terjadi bisa membuat biaya menyusut. Para dewan eksekutif menunjukkan teratur atau tidak teratur pada perwujudan Good Corporate Governance pada perusahaan. Jika hubungan mereka semakin intens dan objektif. Maka pengawasannya pun juga semakin besar untuk mengontrolnya dan semakin baik juga pengungkapan aktivitasnya. Dengan demikian, dapat memberikan laporan tahunan yang kualitasnya baik informasinya pun mudah diperoleh. Sehingga membangun citra perusahaan, Berdasarkan GCG beserta proksi ukuran dewan direktur berpengaruh positif pada industri.

4.6 Pengaruh Good Corporate Governance dengan proksi ukuran komite audit terhadap Nilai Perusahaan

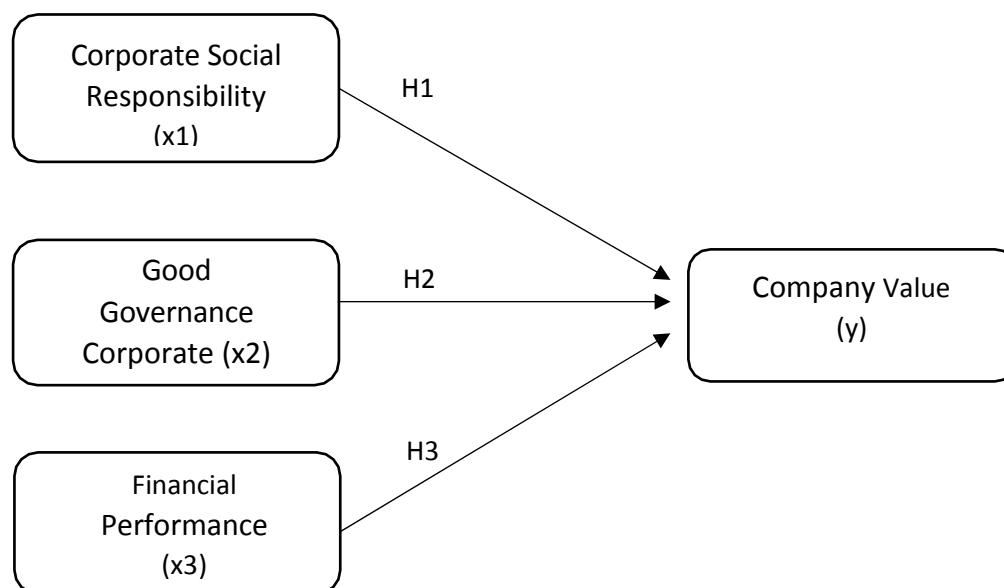
Para pemegang saham memilih komite audit, yang memiliki peran untuk memeriksa keuangan dalam manajemen. Selain itu legitimasi responsibilitas komite audit juga dapat mengungkapkan sebuah informasi lengkap dan menghasilkan hal positif untuk para penanam modal.

4.7 Pengaruh Kinerja Keuangan (x3) terhadap Nilai Perusahaan (y)

Perusahaan akan mendapatkan sebuah penghargaan ketika kinerja keuangannya lancar tanpa ada hambatan, Hal ini menjadi gambaran atau kondisi keuangan perusahaan. Biasanya suatu perusahaan mengukurnya menggunakan Rasio Profitabilitas (ROA). Dari hasil pengukuran tersebut bisa menjadi tolak ukur penjualan profit. Ketika, suatu value perusahaan meningkat (Rahardjo & Murdani, 2018) menyatakan hubungan kinerja keuangan berdampak jelas pada industri, menyatakan hubungan ini berdampak substansial.

4.8 Conceptual Framework

Penelitian ini sangat berpengaruh mendampingi setiap variabel dan berhasil menghasilkan kesimpulan berupa :



Gambar 2: Conceptual Framework

Berdasarkan conceptual framework, CSR (X1) GCG (X2), kinerja keuangan (X3) sangat berpengaruh besar terhadap nilai sebuah perusahaan (Y1) yang bersifat langsung dan tidak langsung. Selain dari variabel CSR, GCG dan kinerja keuangan banyak item data lain, seperti variabel independen yakni :

- 1) Pemaparan CSR
- 2) GCG memiliki dampak positif pada proksi kepemilikan manajerial yang jelas pada nilai perusahaan ; (Putri & Suprasto, 2016) (Ramadhani, Purnamawat, & Sujana, 2017) dan (Muryati & Suardikha, 2014)
- 3) Good corporate governance tidak mempunyai pengaruh pada pemilik institusional, proporsi dewan komisaris independen (Putri & Suprasto, 2016) dan
- 4) Good corporate governance (ukuran dewan direksi & proksi ukuran komite audit) tidak memiliki pengaruh yang jelas pada nilai perusahaan. ; (Ling, 2018) (Hernati, 2016)
- 5) Kinerja keuangan tidak memiliki peran atau pengaruh jelas terhadap nilai perusahaan ; (Hermawan & Maf'ulah, 2018).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah pemaparan diatas, untuk sementara (hipotesis) dapat disimpulkan kedepannya sebagai berikut :

1. CSR (x1) sangat berdampak pada nilai perusahaan (y1).
2. GCG (x2) sangat berdampak pada nilai perusahaan (y1).
3. Kinerja keuangan (x3) sangat berdampak pada nilai perusahaan (y1).

5.2 Saran

Dengan menambah jangka periode waktu penelitian, dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya agar peneliti bisa menjelaskan kondisi industri di Indonesia. Dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Tujuan ini dilakukan untuk melihat yang lebih berpotensi pada nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad M. Ramli, R. R. (2021). Perlindungan Kekayaan Intelektual dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi di saat Covid-19. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 45-58.
- [2] Febriani, D. (n.d.). Aspek Hukum Hak Paten dan Hak Cipta dalam Bisnis. *Section Class Content*, 1-14.
- [3] Khotimah, C. A. (2016). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli - Online (E-Commerce). *Business Law Review*, 1, 14-20.
- [4] Kurniawan, T. (2020). Penerapan dan Pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual bagi Startup di Indonesia. *Hukum Bisnis dan Teknologi Informasi*, 1-10.
- [5] Kurniawati, H. (2015). Literatur Review : Pentingkah Etika Bisnis Bagi Perusahaan. *Literatur Review*, 1-13.
- [6] Muslim, M. (2017). Urgensi Etika Bisnis di Era Global. 20(2), 148-158.
- [7] Nizwana, Y., & Rahdiansyah. (2019). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) ditinjau dari Epistemologi. *UIR Law Review*, 34-40.
- [8] Pradani, I. R. (n.d.). HaKI pada Era Internet / Era Digital. *UAS-88675543*, 1-12.
- [9] Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen daalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 287-309.
- [10] Rusmawati, D. E. (2013). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 193-201.
- [11] Sahetapy, W. L. (2017). Etika Bisnis dalam E-commerce. *Jurnal Ilmu Hukum Tambun Bungai*, Vol 2(2), 170-186.
- [12] Salamiah. (2014). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Kegiatan Jual Beli. *Al' Adl*, VI(12), 39-52.
- [13] Sheilindry, I., Z, M. A., & Syarifudin, A. (2017). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Kontrak Bisnis Elektronik atas Pemegang Hak Merek Dagang. *Jurnal Simbur Cahaya*, 28(2), 282-294.
- [14] Susandy, G., & Ramdhan, D. (2015). Etika Bisnis sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang dalam Era Bisnis Global dan Revolusi Teknologi Informasi. *Dimensia*, 12(1), 35-78.