

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sarjana Akuntansi

Program Studi S1 Akuntansi

MEGA NANDINI PUTRI

NPM : C10190291



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

BANDUNG

2023

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)**

Mega Nandini Putri

NPM : C10190291

Bandung, 27 Februari 2023

Pembimbing,



Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

Mengetahui,

Ketua STIE Ekuitas



Prof. Mokhamad Anwar, SE., M.Si., Ph.D

Ketua Program Studi

S1 Akuntansi



Dwi Puryati, SE., M.Si., Ak., CA

Tanggung Jawab Yuridis Ada Pada Penulis

PERNYATAAN
PROGRAM SARJANA

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan nama jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 27 Februari 2023

Yang membuat pernyataan

Mega Nandini Putri

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG)* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021)

Oleh :

Mega Nandini Putri

Pembimbing :

Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan. Pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode tahun 2017-2021. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan hasil sampel 15 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Corporate Sosial Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

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

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND
GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) ON COMPANY VALUE***

*(Studies on Companies in the Food and Beverage Consumer Goods Sector Listed
on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 Period)*

Written by :

Mega Nandini Putri

Preceptor :

Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility and good corporate governance on company value. In the food and beverage consumer goods sector, companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. The independent variables in this study are corporate social responsibility and good corporate governance, while the dependent variable is company value.

The method used in this research is a descriptive and verification method with secondary data obtained from financial reports and annual reports. The population in this study are companies in the food and beverage consumer goods sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017–2021 period. The sampling technique used was purposeful sampling with a sample of 15 companies. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of the study show that simultaneously, corporate social responsibility and good corporate governance have a positive and significant effect on company value. Partially, corporate social responsibility has a positive and significant effect on company value, and good corporate governance has a positive and significant effect on company value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Company Value.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamiin, Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah melimpahkan nikmat iman, islam serta rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurah limpahkan kepada Nabi kita, Muhammad Salallahu Alaihi Wassalam sehingga atas izin-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat ujian sarjana akuntansi pada program Strata-1 (S1) Jurusan Akuntansi, STIE EKUITAS Bandung.

Selama penyusunan skripsi peneliti menyadari masih banyak kekurangan atas skripsi ini dan masih jauh dari kata sempurna, baik isi maupun bahasanya. Karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran membangun untuk dijadikan bahan masukan guna penelitian yang akan datang sehingga menjadi lebih baik lagi.

Dalam mempersiapkan dan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu merupakan bantuan dari berbagai pihak. Baik dalam dukungan langsung maupun tidak langsung. Selama penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Mokhammad Anwar, SE., M.Si., Ph.D. selaku Ketua STIE Ekuitas.
2. Dr. Ir Dani Dagustani, MM. selaku Wakil Ketua I STIE Ekuitas.
3. Dr. Hj. Neneng Hayati, SE., MM. selaku Wakil Ketua II STIE Ekuitas.
4. Dr. Anton Mulyono Azis, SE., MT. selaku Wakil Ketua III STIE Ekuitas.
5. Dwi Puryati, S.E., M. Si., Ak., CA. selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi.
6. Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak. selaku Sekretaris Program Studi S1 Akuntansi dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan serta bimbingan yang sangat baik kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Annisa Nurfitriana, SE., M.Si. selaku Wali Dosen akuntansi kelas H yang telah membimbing penulis dan selalu terbuka kapan pun penulis membutuhkan informasi.
8. Seluruh dosen pengajar program studi S1 Akuntansi, yang telah banyak memberikan ilmu kepada peneliti untuk menjadi bekal selama kegiatan perkuliahan.
9. Kedua orang tua tercinta Ibu Susi Marlina, Bapak Deni Hermawan dan keluarga besar lainnya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan terbaik, dan yang tidak pernah berhenti memanjatkan do'a untuk peneliti.
10. Sani Nur Fauziyyah selaku sepupu yang selalu menemani peneliti, menjadi tempat berkeluh kesah dan memberikan semangat kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
11. Sendy Muldani yang tidak hentinya selalu memberikan perhatian, semangat, support, do'a dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

12. Sifa, Della dan Nadia yang selalu menemani dan menjadi rekan yang selalu memberikan semangat dan do'a kepada peneliti selama penyusunan skripsi
13. Teman-teman kelas Akuntansi H yang telah memberikan kenangan dan pembelajaran yang berkesan selama di STIE Ekuitas.
14. Teman-teman satu bimbingan yang selalu memberikan dukungan dan saran kepada peneliti.
15. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam pelaksanaan pembuatan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.
16. Terakhir tidak kalah pentingnya, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri, karena sudah percaya kepada diri sendiri untuk melakukan semua kerja keras ini, karena tidak pernah ada kata berhenti bersemangat dan selalu menjadi diri sendiri setiap saat.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Peneliti berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran serta dapat menambah pengetahuan para pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum wr.wb

Bandung, 27 Februari 2023

Peneliti,

Mega Nandini Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian.....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka	17
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	17
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	20
2.1.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	20

2.1.2.2	Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	23
2.1.2.3	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	25
2.1.2.4	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	26
2.1.3	<i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	30
2.1.3.1	Pengertian <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	30
2.1.3.2	Prinsip-Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	32
2.1.3.3	Manfaat <i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	34
2.1.3.4	Pengukuran <i>Good Corporate Governance</i> (GCG).....	35
2.1.4	Nilai Perusahaan.....	39
2.1.4.1	Definisi Nilai Perusahaan.....	39
2.1.4.2	Jenis-Jenis Nilai Perusahaan	41
2.1.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan.....	43
2.1.4.4	Pengukuran Nilai Perusahaan.....	45
2.1.5	Penelitian Terdahulu.....	46
2.2	Kerangka Pemikiran	55
2.2.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan 55	
2.2.2	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan 57	
2.2.3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	58
2.2.4	Paradigma Penelitian	59
2.3	Hipotesis Penelitian	60
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		61
3.1	Objek Penelitian	61
3.2	Metode Penelitian.....	62
3.2.1	Metode yang digunakan.....	62

3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	64
3.2.3	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel.....	67
3.2.3.1	Populasi	67
3.2.3.2	Sampel.....	68
3.2.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.2.4.1	Sumber Data	70
3.2.4.2	Teknik Pengumpulan Data	70
3.2.5	Rancangan Pengujian Hipotesis	71
3.2.6	Teknik Analisis Data	72
3.2.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	72
3.2.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda	73
3.2.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	73
3.2.6.4	Koefisien Determinasi (R^2)	78
3.2.6.5	Uji Hipotesis.....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		83
4.1	Hasil Penelitian	83
4.1.1	Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> , dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	83
4.1.1.1	Perkembangan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	83
4.1.1.2	Perkembangan <i>Good Corporate Governance</i> Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	86

4.1.1.3	Perkembangan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	89
4.1.1.4	Analisis Statistik Deskriptif	91
4.1.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 Secara Simultan.	93
4.1.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	93
4.1.2.1.1	Uji Normalitas	93
4.1.2.1.2	Multikolinieritas	95
4.1.2.1.3	Uji Heteroskedastisitas	96
4.1.2.1.4	Uji Autokolerasi	97
4.1.2.2	Analisis Regresi Linear Berganda	99
4.1.2.3	Koefisien Determinasi (R ²)	100
4.1.2.4	Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan).....	102
4.1.3	Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 Secara Parsial.....	104
4.1.3.1	Uji Statistik t (Uji Signifikansi Parsial)	104
4.2	Pembahasan.....	107
4.2.1	Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	107
4.2.1.1	Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2021.	107

4.2.1.2	Perkembangan <i>Good Corporate Governance</i> pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021....	110
4.2.1.3	Perkembangan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.	112
4.2.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021 Secara Simultan.	114
4.2.3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021 Secara Parsial.....	117
4.2.3.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.	117
4.2.3.2	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		121
5.1	Kesimpulan	121
5.2	Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....		124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi	4
Tabel 1.2	Rata-Rata PER Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman	6
Tabel 2.1	Aspek Penilaian CGPI 2019.....	37
Tabel 2.2	Tahapan dan Bobot Nilai CGPI (Corporate Governance Perception Index)	39
Tabel 2.3	Kategori Pemeringkat CGPI (Good Corporate Governance Perception Index)	39
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1	Operasional Variabel	65
Tabel 3.2	Kriteria Pemilihan Sampel	68
Tabel 3.3	Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel Penelitian	69
Tabel 3.4	Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	77
Tabel 4.1	Corporate Sosial Responsibility Pada Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021 ..	84
Tabel 4.2	Good Corporate Governance Pada Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021	87
Tabel 4.3	Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021	89
Tabel 4.4	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	92
Tabel 4.5	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	94
Tabel 4.6	Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4.7	Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	98
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi	98
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda.....	99
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi Simultan.....	101
Tabel 4.11	Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F).....	102
Tabel 4.12	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pertumbuhan Industri Perusahaan Sektor Barang Konsumsi	2
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	59
Gambar 3.1	Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Pihak Kanan	80
Gambar 4.1	Grafik Perkembangan Corporate Sosial Responsibility Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021	85
Gambar 4.2	Grafik Perkembangan Good Corporate Governance Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021	88
Gambar 4.3	Grafik Perkembangan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021	90
Gambar 4.4	Uji Normalitas P-Plot	94
Gambar 4.5	Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	97
Gambar 4.6	Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho	104
Gambar 4.7	Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho	106
Gambar 4.8	Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho	106

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Populasi Perusahaan
- Lampiran 2 Sampel Perusahaan
- Lampiran 3 Tabel Perhitungan CSR, GCG dan Nilai Perusahaan
- Lampiran 4 Tabel Distribusi t
- Lampiran 5 Tabel Distribusi F
- Lampiran 6 Hasil *Output* SPSS
- Lampiran 7 Formulir Perubahan Judul
- Lampiran 8 Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

BAB 1

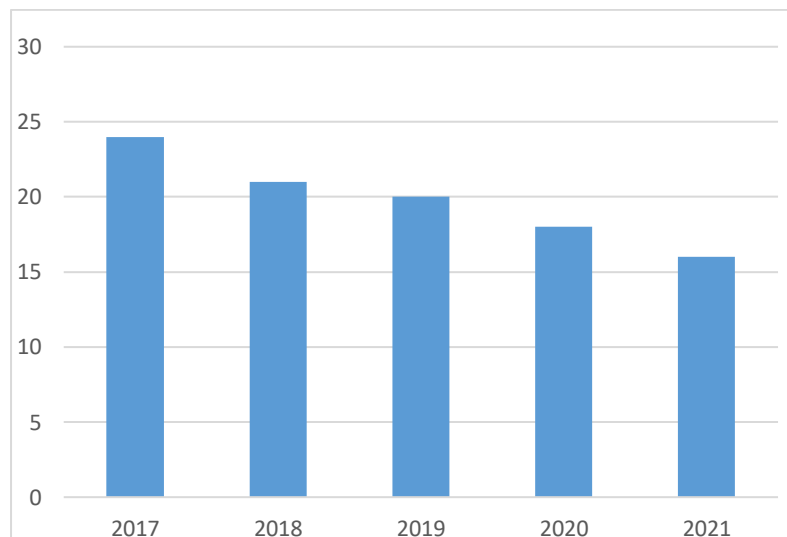
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan merupakan sekelompok orang yang membentuk organisasi dan divisi untuk mencapai tujuan, tujuan perusahaan salah satunya adalah kemakmuran pemegang saham (Marius dan Masri, 2017). Seorang manajer perusahaan selalu menginginkan perusahaannya mendapatkan laba yang tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai kepercayaan sosial terhadap perusahaan. meningkatnya nilai suatu perusahaan atau kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dapat ditandai juga dengan kenaikan harga saham di pasar.

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia wajib untuk menyajikan informasi secara terbuka yang dapat menggambarkan kinerja perusahaannya. Apabila perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, maka perusahaan tersebut dapat memiliki peluang yang lebih besar dalam memperoleh dana. Dilansir dari website Bursa Efek Indonesia, kapitalisasi pasar industri manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) menempati posisi tertinggi kedua setelah industri finance. Menurut kamus Bank Indonesia, barang konsumsi (*consumer goods*) adalah barang yang dipakai secara langsung atau tidak langsung oleh konsumen untuk keperluan pribadi atau rumah tangga yang bersifat sekali habis (barang tersebut berbeda dengan barang yang digunakan dalam proses produksi). Kapitalisasi pasar menunjukkan ukuran perusahaan berdasarkan pada nilai saham yang beredar pada periode tertentu (Yusra, 2019). Nilai kapitalisasi pasar diperoleh

dengan cara jumlah saham yang beredar dikali dengan harga saham perusahaan saat ini. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki nilai kapitalisasi pasar yang tinggi karena perusahaan tersebut diharapkan dapat melaksanakan investasi jangka panjang. Oleh karena itu, semakin tinggi kapitalisasi pasar perusahaan, maka semakin tinggi jumlah dana yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi karena nilai kapitalisasi pasar yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki pertumbuhan yang baik dalam jangka panjang dengan harapan investor mendapatkan return yang tinggi.



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Perusahaan Sektor Barang Konsumsi

Sumber: IDX, Data Diolah 2022

Berdasarkan grafik 1.1 yang menunjukkan bahwa harga saham pada sektor industri barang konsumsi tahun 2017 mencapai 25,32%. lalu kemudian di tahun yang berikutnya mengalami penurunan sebesar 21,49%. dan di tahun-tahun berikutnya terus mengalami penurunan yaitu pada tahun 2019 senilai 20,11% menurun kembali pada posisi 18,06 pada tahun 2020 dan menurun kembali pada tahun 2021 sebesar 16,37%. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya

harga saham sektor industri makanan dan minuman yaitu terjadi karena adanya wabah covid-19 yang sangat berdampak terhadap sebagian dari subsektor yang berada di sektor barang konsumsi. Dengan adanya covid-19 membuat dampak pengaruh bagi pola kegiatan masyarakat dan daya beli yang semakin melemah. Lalu faktor selanjutnya yaitu terjadinya sentiment negative terhadap kenaikan tarif cukai rokok sebesar rata-rata 12,5%. Yang dimana kenaikan tersebut sangat mempengaruhi beban cukai ke depan di tengah kondisi ekonomi yang masih cenderung mengalami pemulihan. Lalu faktor yang lain yaitu adanya kecenderungan ekspektasi terhadap penjualan ritel yang menurun. Hal tersebut dapat berpotensi mendorong kinerja dari sektor barang konsumsi tertekan. Dengan adanya penjualan yang tertekan berdampak pada kinerja keuangan. Dengan adanya penjualan yang tertekan maka dampak terhadap kinerja keuangan emiten-emiten sektor barang konsumsi termasuk yang berada pada sub sektor makanan dan minuman.

Sektor industri barang konsumsi terdiri dari subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, sub sektor peralatan rumah tangga, dan subsektor lainnya. Pada tahun 2020 terjadi wabah covid-19 yang berdampak melemahkan perekonomian negara. Sejak awal tahun atau secara year-to-date (ytd), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) terkoreksi sebesar 18,06%. Salah satu indeks sektoral yang mampu bertahan dengan catatan penurunan tidak sedalam penurunan IHSG adalah indeks barang konsumsi. Data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Tabel 1. 1 Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi

No	Nama Sub Sektor	Rata-Rata Nilai Perusahaan				Keterangan
		2018	2019	2020	2021	
1	Makanan dan Minuman	4,28	4,85	4,5	4,77	Fluktuasi
2	Farmasi	7,07	6,21	6,66	6,83	Fluktuasi
3	Rokok	4,37	2,66	2,57	2,19	Menurun
4	Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga	7,71	9,38	8,74	8,32	Fluktuasi
5	Peralatan Rumah Tangga	0,9	0,83	0,72	0,31	Menurun

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan, Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 1.1, rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi tahun 2018 sampai 2020 menunjukkan hasil yang berubah-ubah setiap tahunnya. Pada sektor makanan dan minuman di tahun 2018 rata-rata nilai perusahaan pada tingkat 4,28 lalu pada tahun 2019 meningkat sebesar 0,57 menjadi 4,85. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali yaitu sebesar 0,35 menjadi 4,5 dan tahun 2021 mengalami peningkatan kembali sebesar 0,27 menjadi 4,77. Pada perusahaan sektor farmasi mengalami fluktuasi yang dimana pada tahun 2018 nilai perusahaan sebesar 7,07 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0,86 menjadi 6,21. Namun pada tahun 2020 kembali mengalami peningkatan yaitu sebesar 0,45 menjadi 6,66 dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali sebesar 0,17 menjadi 6,83. Pada perusahaan rokok pada tahun 2018 rata-rata nilai perusahaan sebesar 4,37 kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 1,71 menjadi 2,66 dan pada tahun 2020 juga mengalami penurunan sebesar 0,09 menjadi 2,57 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebesar 0,38 menjadi 2,19. Lalu pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga mengalami fluktuasi yang dimana pada tahun 2018 nilai perusahaan

berada pada nilai 7,21 dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 1,67 menjadi 9,38. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan 0,91 menjadi 8,74 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali sebesar 0,42 menjadi 8,32. Serta pada perusahaan sektor peralatan rumah tangga mengalami penurunan di tiap tahunnya rata rata nilai perusahaan pada tahun 2018 sebesar 0,9 dan di tahun 2019 mengalami penurunan kembali sebesar 0.07 menjadi 0,83. Lalu pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali sebesar 0,11 menjadi 0,72 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,41 menjadi 0,31. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa sektor barang konsumsi makanan dan minuman mengalami fluktuasi, sektor farmasi mengalami fluktuasi, sektor rokok mengalami penurunan, sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga mengalami fluktuasi dan yang terakhir sektor peralatan rumah tangga mengalami penurunan setiap tahunnya.

Putu Chantika Putri, Analis NH Korindo Sekuritas Indonesia menilai, minimnya koreksi yang terjadi pada indeks sektor barang konsumsi menunjukkan bahwa saham-saham di sektor barang konsumsi cenderung lebih resilient (kokoh) di tengah kondisi pasar seperti ini (kontan.co.id). Penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham yang sedang ditransaksikan di bursa. Pada kenyataannya, masih banyak investor yang mengalami kesulitan dalam memprediksikan nilai perusahaan sebagai salah satu acuan untuk mengambil keputusan berinvestasi. Hal ini disebabkan karena harga saham suatu perusahaan setiap saat terjadi kenaikan ataupun penurunan. Zulfa, (2012:2). Jadi, semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi tingkat kemakmuran dari pemegang saham (Senda, 2013). Oleh karena itu peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang dicapai suatu

perusahaan, karena adanya penilaian investor terhadap nilai perusahaan yang dapat diamati melalui harga saham perusahaan.

Nilai perusahaan dapat diukur oleh beberapa aspek, salah satunya dengan harga saham. Sementara harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor. Nilai perusahaan bisa didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai pasar merupakan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditor, dan *stakeholder* lain terhadap kondisi perusahaan yang tercermin pada nilai pasar perusahaan yang bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price to Earning Ratio* (PER), rasio antara harga pasar dengan pendapatan perlembar saham nya.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Earning Ratio* (PER). PER adalah perbandingan antara harga pasar saham dengan Earning Per Share (pendapatan perlembar saham). Artinya, PER menggambarkan seberapa besar pasar memperoleh pendapatannya. Selain itu, PER menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan *relative* dengan jumlah modal yang di investasikan. Berikut ini rata-rata PER perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman tahun 2017-2020:

Tabel 1. 2 Rata-Rata PER Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman

No	Kode	PER				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	AISA	-6.72	-4.38	0.48	1.60	2.04
2	ALTO	-13.62	-27.38	-113.10	-73.22	-68.97
3	CEKA	7.13	8.81	2.90	5.83	5.99
4	DLTA	13.15	13.03	17.13	28.39	15.91
5	HOKI	29.79	19.21	21.36	47.55	165.71
6	ICBP	27.30	26.66	24.94	16.95	15.88
7	INDF	16.12	15.72	13.86	9.32	7.27
8	MLBI	21.81	27.54	27.10	71.32	80.65

No	Kode	PER				
		2017	2018	2019	2020	2021
9	MYOR	28.45	34.03	23.03	29.46	38.49
10	PSDN	5.68	4.70	4.37	4.33	4.34
11	ROTI	46.10	42.75	26.37	37.80	29.49
12	SKBM	46.43	86.77	168.72	54.09	21.04
13	SKLT	32.35	44.12	24.77	25.24	19.67
14	STTP	23.48	19.25	8.69	19.80	20.29
15	ULTJ	21.23	22.50	18.88	16.00	12.87

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa rata-rata nilai PER dari tiap perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman dari tahun 2017 sampai 2021 sangat bervariasi dan mengalami perubahan dari tahun ketahunnya yang menjadikan perusahaan ini menarik untuk diteliti. Dari 15 Perusahaan mengalami penurunan nilai PER dari 1 tahun sebelumnya yaitu perusahaan ALTO, CEKA, MLBI, MYOR, SKBM, SKLT, dan ULTJ. Sedangkan 8 perusahaan yaitu AISA, DLTA, HOKI, ICBP, INDF, PSDN, ROTI, dan STTP pada tahun 2018 mengalami peningkatan pada nilai PER nya dari tahun sebelumnya. Lalu pada tahun 2017 sampai 2021 perusahaan yang mengalami PER tertinggi yaitu pada perusahaan SKBM sebesar 168.72 pada tahun 2019, sedangkan perusahaan yang mengalami nilai PER terendah yaitu pada perusahaan ALTO yang nilai PER nya sebesar - 113.10 pada tahun 2019. Dapat dilihat dengan semakin besar nilai perusahaan, maka pasar akan semakin percaya terhadap prospek perusahaan.

Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan untuk meningkatkan laba, biasanya dinyatakan dalam bentuk laba persaham. Salah satu untuk menilainya kekuatan perusahaan yaitu dengan analisis keuangan, akan tetapi analisis ini tidak dapat secara otomatis dapat dijadikan asumsi untuk menilai kekuatan suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan dua faktor yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*.

Dengan adanya berbagai macam dampak negatif akibat operasional perusahaan seperti contohnya pencemaran lingkungan, pencemaran air, dan juga pencemaran udara menjadi salah satu pendukung adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), pemerintah menyadari bahwa pelaporan CSR sangatlah penting dan memiliki banyak manfaat. Hal tersebut dibuktikan dengan disahkannya Undang-Undang yang mengontrol atas pengungkapan CSR yang dilaksanakan oleh perseroan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas (UU PT) di Indonesia, menjadikan perseroan memiliki kesadaran dalam melakukan tanggung jawab sosial atau CSR. Selain itu apabila perusahaan tidak melakukan CSR akan dijera sanksi administratif berbentuk peringatan tertulis, pencabutan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan terakhir yaitu dengan adanya pencabutan izin kegiatan. (Menurut Undang-Undang Penanaman Modal No.25 tahun 2007 pasal 15 dan 34)

Perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman juga memiliki kontribusi yang besar terhadap pencemaran lingkungan sebagai dampak dari limbah produksi, sehingga diharapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi lebih luas (Pristianingrum, 2017). Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur CSR pada perusahaan, namun masih banyak perusahaan yang belum merealisasikan CSR tersebut, contohnya yaitu dari sekitar 20 perusahaan asing maupun lokal yang berdiri di minahasa selatan, hanya 7 perusahaan yang menyalurkan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. (www.manadopostonline.com diakses 7 November 2022).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai bentuk partisipasi entitas bisnis dalam kegiatan sosial maupun kegiatan yang memiliki tujuan untuk

dapat mengembangkan lingkungan, meningkatkan dan membangun perekonomian serta mensejahterakan kehidupan masyarakat agar lebih baik dari sebelumnya (Rahmi, 2020).

Satu fenomena *Corporate Social Responsibility* (CSR) terjadi pada perusahaan PT. Siantar Top diduga limbah dibuang sembarangan ke sungai tanpa menggunakan saluran pipa. Air limbah itu hampir setiap hari dibuang ke aliran sungai yang berada dekat dengan pemukiman warga, akibatnya banyak warga yang merasa terganggu karena bau yang menyengat bersumber dari air limbah tersebut. Pembuangan air limbah tersebut terjadi setiap hari seiring dengan proses pengolahan yang dilakukan di dalam pabrik, dari pantauan masyarakat air limbah sisa produksi pabrik keluar langsung dan mengalir ke sungai hingga mengakibatkan genangan air sungai yang tercemar berubah warna menjadi warna hijau kehitaman. (www.bekasiexpres.com diakses 16 November 2022).

Penelitian terdahulu CSR telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya namun hasil dari penelitian yang dihasilkan tidak konsisten, Penelitian *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan memiliki hasil yang beragam yaitu negative, positif dan tidak signifikan. Penelitian yang menguji *corporate social responsibility* memiliki hasil yang tidak konsisten dilihat dari penelitian yang dilakukan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Elsa Puspitasari, (2016) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018. Penelitian yang dilakukan oleh Marchall Tondi Saulus Putra, (2021) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. Hasil

dari penelitian-penelitian di atas yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara positif kepada nilai perusahaan, secara umum berarti bahwa semakin banyak instrumen atau item CSR yang diungkapkan perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut. Adapun hasil penelitian yang berbeda Apriliyanti, (2018), Zulkarnain, Ali dan Aswan, (2019) menghasilkan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Amira dan Haryono, (2017) dan penelitian Laili, Djazuli dan Indrawati, (2018) yang juga hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sedangkan pada penelitian Susilawati dan Rakhman, (2018) serta Ainy dan Barokah, (2019) menghasilkan bahwa pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan tidak signifikan.

Selain pengungkapan *Corporate Social Responsibility* peneliti juga menggunakan *Good corporate governance* yang diduga mempunyai pengaruh, pelaksanaan CSR yang baik dapat mencerminkan tata kelola perusahaan-perusahaan yang baik atau disebut *Good Corporate Governance*. perusahaan di Indonesia memiliki tanggung jawab untuk menerapkan standar *good corporate governance*. Dalam menerapkan GCG harus dilandasi dengan integritas yang tinggi demi mewujudkan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. *Good corporate governance* adalah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk meningkatkan dan menciptakan nilai tambah bagi setiap *stakeholder*. Ada dua hal yang ditekankan dalam mekanisme ini pertama, pentingnya hak pemegang saham atau investor untuk memperoleh suatu informasi dengan benar dan tepat pada waktunya lalu yang kedua, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan

secara akurat, tepat waktu dan transparan terhadap semua informasi kinerja didalam perusahaan. Effendi, (2016).

Penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia saat ini masih tertinggal dibandingkan dengan negara lain, Penerapan GCG yang baik adalah aspek utama membangun fundamental perusahaan yang kokoh dan juga dengan menilai laporan tahunan yang didukung GCG akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas publik sehingga investor dapat meningkatkan kepercayaannya pada perusahaan sehingga dapat mendorong investasi dalam negeri maupun investor asing melalui beragam produk pasar modal di Indonesia maupun melalui investasi langsung. (www.cnnindonesia.com)

Good Corporate Governance (GCG) dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya (Oemar, 2014). *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi dasar atau pedoman dalam melakukan pengelolaan internal perusahaan. Baik tidaknya suatu pengelolaan internal sebuah perusahaan akan berimbas pada kinerja perusahaan itu sendiri dimana hasil kerja tersebut akan berbanding lurus dengan tingkat pendapatan yang nantinya akan berdampak juga pada tingkat harga saham perusahaan (Ulum, 2017).

Suatu ancaman bagi pemegang saham jika manajer akan bertindak untuk kepentingan sendiri, bukan untuk kepentingan pemegang saham. Inilah yang menjadi masalah dasar dalam perusahaan yaitu adanya konflik kepentingan. Dalam proses peningkatan nilai perusahaan ini akan memunculkan konflik kepentingan

antara *principal* dan *agent* yang disebut dengan *agency conflict*. Tidak jarang pihak manajemen mempunyai tujuan dan kepentingan lain dalam mengelola perusahaan yang bertentangan dengan tujuan dan kepentingan pemegang saham suatu perusahaan. *Agency conflict* terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadinya, Sebaliknya pemegang saham tidak menyukai perilaku manajer ini karena akan menambah biaya bagi perusahaan yang dapat menurunkan keuntungan perusahaan yang akan berpengaruh terhadap harga saham sehingga akan menurunkan nilai perusahaan (Rofika, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Leni Yulianti, (2014) menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hadiwijaya, (2016) menunjukkan bahwa yang menemukan hasil bahwa GCG berpengaruh pada nilai perusahaan bank yang terdaftar di BEI. Dari penelitian yang lainnya menghasilkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang dinyatakan dalam penelitian Susanto dan Ardini, (2016), Apriliyanti, (2018), dan Laili, Djazuli dan Indrawati, (2018) sedangkan Sofiamira dan Haryono, (2017), Ainy dan Barokah, (2019), serta Mukhtaruddin, (2019) dalam penelitiannya menguji *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan menyatakan bahwa pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan tidak signifikan.

Berdasarkan pernyataan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan selama periode 2017 sampai dengan 2021. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor**

Barang Konsumsi Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)”. Indonesia Periode 2017-2021)”).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 secara simultan.
3. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 secara parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka maksud penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perkembangan *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan perkembangan *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Untuk menjelaskan pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
3. Untuk menjelaskan pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian, kegunaan dari penelitian ini secara teoritis sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan referensi dalam rangka mengembangkan keilmuan di bidang akuntansi. khususnya ilmu akuntansi keuangan.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dijadikan referensi untuk pembaca tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Berdasarkan maksud dan tujuan dilakukannya penelitian, maka peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan secara praktis sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak manajemen dalam meningkatkan persepsi positif bagi para *stakeholder* atau pengguna laporan keuangan.
2. Bagi investor, penelitian ini dapat memberikan informasi sebagai dasar dalam menentukan suatu perusahaan yang akan dijadikan sebagai tempat berinvestasi.
3. Bagi regulator, penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pengembangan wawasan atau bahkan wawasan baru terkait nilai perusahaan serta dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan diperoleh gambaran yang jelas mengenai kesesuaian antara teori yang ada dengan fakta yang terjadi di lapangan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada perusahaan sektor barang dan konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.com. Adapun waktu dalam melakukan penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 sampai dengan selesai.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS
PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Stakeholder

Stakeholder bisa didefinisikan sebagai para pemangku kepentingan yang berupa suatu pihak atau kelompok internal maupun eksternal yang memiliki kepentingan kepada perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* perusahaan terdiri dari berbagai pihak yakni pemegang saham, kreditor, investor, supplier, pemerintah, konsumen, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum sekitar perusahaan, bahkan lingkungan hidup pun termasuk didalamnya, karena merupakan bagian dari kehidupan sosial. Keberhasilan usaha suatu perusahaan akan ditentukan dari manajemen perusahaan yang baik dalam membina hubungan dengan para *stakeholder*-nya. Menurut Rokhlinasari, (2015) *stakeholder* berdasarkan karakteristik dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. *Stakeholder* Primer

Setiap kelompok atau individu yang tanpa keberadaannya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, seperti pemegang saham, investor, pemasok, karyawan, pelanggan, pemerintah, dan komunitas lainnya.

2. *Stakeholder* Sekunder

Setiap kelompok atau individu yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, namun tidak berhubungan langsung dengan transaksi perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Menurut Freeman dan Dmytriyeu, (2017) teori *stakeholder* merupakan esensi bisnis yang terletak pada pembangunan hubungan dan menciptakan nilai bagi para *stakeholder*-nya dan dalam teori ini juga ditekankan pentingnya memasukkan kepentingan *stakeholder* ke dalam operasi bisnis perusahaan. Menurut Mardikanto, (2014) premis dasar dari teori *stakeholder* yaitu bahwa semakin baik hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*-nya, maka akan semakin baik dan mudah bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Namun sebaliknya, jika semakin buruk hubungan perusahaan dengan para *stakeholder*-nya, maka akan semakin sulit bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan. Teori *stakeholder* merupakan suatu konsep dari manajemen strategis, yang memiliki tujuan untuk membantu korporasi dalam memperkuat hubungan perusahaan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif. Menurut Rokhlinasari, (2015) teori *stakeholder* lebih menekankan akuntabilitas perusahaan yang jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana. Teori ini juga menyatakan bahwa perusahaan akan memilih pengungkapan sukarela terkait informasi tentang kinerja keuangan, sosial, dan intelektual perusahaan melebihi atau di atas permintaan wajibnya untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh para *stakeholder*-nya.

Menurut Lindawati & Puspita, (2015) teori *stakeholder* yaitu suatu teori yang menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan tidak terlepas dari peranan

stakeholder yang berasal dari pihak internal maupun eksternal perusahaan dengan berbagai macam perbedaan kepentingan atau tujuan dari setiap *stakeholder*. Apabila perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka perusahaan akan mendapatkan sebuah protes serta mengurangi *legitimasi stakeholder*. Maka dari itu, peningkatan reputasi perusahaan dapat terjadi apabila perusahaan menyesuaikan diri dengan kepentingan para *stakeholdernya*. Teori ini memiliki sudut pandang bahwa lingkungan dan masyarakat juga merupakan *stakeholder* yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Oleh Karena itu, kegiatan perusahaan tidak terlepas dari lingkungan sosial sekitarnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan dari adanya teori *stakeholder* dapat membantu manajer perusahaan untuk meningkatkan nilai dan meminimalkan kerugian-kerugian dari dampak aktivitas-aktivitas perusahaan yang akan mempengaruhi para *stakeholder*-nya. Dari adanya pembangunan hubungan yang baik antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya, maka akan membantu perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya dan mengembangkan keunggulan dalam berkompetitif.

Perusahaan dapat menjadikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder* dalam informasi non keuangan perusahaan yang berhubungan dengan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat kegiatan perusahaan. Apabila pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* semakin baik maka perusahaan akan mendapatkan dukungan dari *stakeholder* atas segala aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diinginkan.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Riswari & Cahyonowati, (2012) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan salah satu tolak ukur yang penting dalam suatu manajemen korporat. *Corporate social responsibility* seringkali disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan. Pengertian dari *corporate social responsibility* telah dikemukakan oleh banyak peneliti, diantaranya yaitu definisi yang dinyatakan oleh *Invalid source specified*. Bahwa *corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan perusahaan. Menurut Komisi Eropa dalam Mardikanto, (2014:92) yakni sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang berikut semakin menyadarkan bahwa perilaku bertanggung jawab mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan.

Selain itu terdapat definisi yang berpengaruh yaitu definisi versi WBCD (*The World Business Council for Sustainable Development*) dalam Adityo, (2012):

“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work force and their families as well as og the local community and social large”

Yang berarti bahwa CSR termasuk sebuah komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja, tenaga kerja dan keluarga mereka serta masyarakat lokal dan sosial besar.

ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa (Draft ISO 26000, *Guidance Standard on Social Responsibility* 2009). Menurut lingkaran studi CSR Indonesia, CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar tercapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Nurdizal, (2011).

Dari definisi CSR tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan kewajiban atau tanggung jawab sosial perusahaan atas dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan akibat aktivitas operasional perusahaan terhadap para *stakeholder* agar mendapatkan legitimasi sosial dari pihak yang bersangkutan baik pihak internal maupun eksternal.

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana setiap perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan. Meskipun tujuan utamanya adalah menghasilkan keuntungan, sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena pendiri dan pemilik sebuah perusahaan adalah individu dari bagian masyarakat, eksekutif pengelola serta karyawannya adalah individu-individu anggota masyarakat yang bertujuan

menghasilkan keuntungan tidak mungkin tercapai tanpa adanya masyarakat yang menjadi pasar dari produknya. Karena sebuah kegiatan bisnis tidak dapat terlepas dari masyarakat, kegiatan bisnis sudah pasti akan membawa dampak bagi masyarakat dan elemen-elemen yang ada didalamnya serta lingkungan tempat hidup masyarakat (Nuryana, 2015).

Tanggung jawab masyarakat mencakup menjadi tiga hal, yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line* yang dikembangkan oleh Elkington pada tahun 1998, tiga dimensi tersebut yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan. Dimensi ekonomis terkait dengan tujuan tradisional bisnis, menghasilkan keuntungan dan kekayaan bagi pemiliknya yaitu pemegang saham. Dimensi sosial, berasal dari aspek sosial dari kegiatan bisnis berkaitan dengan pembangunan ekonomi masyarakat secara umum, peningkatan kualitas hidup pekerja dan keluarganya serta masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya. Dimensi lingkungan berkenaan dengan pemeliharaan lingkungan yang sehat dan adanya jaminan akan kelestarian lingkungan. Aspek lingkungan tidak hanya dikenakan pada kegiatan produksi, misalnya pembuangan limbah produksi, tetapi juga pada perolehan bahan baku akibat penggunaan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pendekatan perusahaan yang mengintegrasikan dimensi ekonomis, sosial, dan lingkungan dalam operasi bisnis yang saling berinteraksi dengan pemangku kepentingan atau disebut juga dengan (*stakeholders*), masyarakat dan lingkungannya. Dengan tetap menjaga agar dampak-dampak tersebut tetap menyumbang manfaat dan bukan merugikan bagi

para *stakeholders*-nya. Komitmen tersebut tercermin dalam kebijakan-kebijakan yang diambil dari perusahaan yang menyangkut kegiatan bisnisnya.

2.1.2.2 Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ranah tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab *corporate social responsibility* juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Karena itu dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab *corporate social responsibility* (CSR).

Crowther David (2010:201) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab *corporate social responsibility* (CSR) menjadi 3 (tiga), antara lain sebagai berikut:

1. *Sustainability*

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Karena itu *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi di masa yang akan datang.

2. *Accountability*

Merupakan upaya perusahaan terbuka dan tanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan

mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kualitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal (Crowther David, 2019:203). Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan untuk membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Tingkat keluasan dan informasi laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan. Kebutuhan perusahaan atas aktivitas tanggung jawab sosial menentukan respon masyarakat bagi perusahaan. Namun informasi yang bersifat negatif justru menjadi boomerang bagi perusahaan, dan cenderung memunculkan *image* negatif. Menurut Crowther David (2010:203). Menyatakan akuntabilitas dan keterbukaan memiliki manfaat secara sosial dan ekonomi. Lebih lanjut dinyatakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan bermanfaat bagi para pemangku kepentingan dalam mendukung pengambilan keputusan. Agar informasi dalam laporan perusahaan sebagai wujud akuntabilitas memenuhi kualifikasi, maka akuntabilitas seharusnya mencerminkan karakteristik antara lain:

- a. *Understand-ability to all parties concerned*
- b. *Relevance to the users of the information provided*
- c. *Reability and terms of accuary of measurement, representation of impact and freedom from bias*
- d. *Comporability, which implies consistency, both over time and between different organization*

3. *Transparancy*

Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Crowther David (2010:204) menyatakan sebagai berikut:

Transparency, as principle, means that the eksternal impact of the action of the organization can be ascertained from that organization as reporting and pertinent pack as are not this guised within that reporting. The effect of the action of the organization, including eksternal impacts. Should be apparent to all from using the information provided by the organization's reporting mechanism.

Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.1.2.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Manfaat memiliki arti berguna baik untuk individu sendiri ataupun untuk orang lain atas keberadaan ataupun hal yang telah dilakukan. *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai asset yang kompetitif dan strategis untuk perusahaan ditengah persaingan dunia bisnis yang semakin menurun. *Corporate social responsibility* akan memberikan manfaat untuk sebuah perusahaan apabila dilakukan dengan konsisten dan sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Wahyuningrum, (2015) apabila perusahaan sudah meyakini CSR merupakan sebuah kewajiban maka perusahaan akan melakukan sebuah *investasional*. Hal tersebut akan memberikan sebuah keuntungan berupa manfaat atas apa yang dilakukannya. Sebagai investasi sosial maka perusahaan akan memperoleh manfaat antara lain:

1. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja yang lebih baik dan kokoh.

2. Meningkatkan akuntabilitas, assessment dan komunitas investasi.
3. Mendorong komitmen karyawan, karena karyawan merasa diperhatikan dan dihargai oleh perusahaan.
4. Menurunkan kesenjangan gejala dengan komunitas.
5. Memperkuat atau mempertinggi reputasi perusahaan.

Menerapkan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya bermanfaat untuk perusahaan saja, melainkan bermanfaat untuk masyarakat sekitar. Seperti yang dinyatakan oleh Carlk dalam Mardikanto, (2014):

1. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan kerja.
2. Pendanaan investasi komunitas dalam mengembangkan infrastruktur.
3. Keahlian komersial atau keahlian berlaba.

Sehingga dengan menerapkan *corporate social responsibility*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar profit dalam jangka pendek saja melainkan turut serta memberikan peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar perusahaan beroperasi dalam jangka panjang.

2.1.2.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut sebagai *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, adalah cara mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan kepada *stakeholder* Hadianto, (2013). Hendriksen dan Widjajant dalam Agustine, (2014) mengungkapkan bahwa pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal.

Pengungkapan memiliki dua sifat, yakni bersifat wajib dan pengungkapan bersifat sukarela atau *voluntary*. Standar pengungkapan *corporate social responsibility* yang sering digunakan ialah standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI). Ukuran GRI dipilih dengan alasan pengukuran ini lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Di Indonesia, pengungkapan CSR sudah menjadi suatu kewajiban bagi setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumberdaya alam, sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Undang-undang maupun peraturan ini didalamnya mengatur tentang kewajiban setiap perseroan selaku subjek hukum dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam yang dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan dengan sumber daya alam yang dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pengungkapan CSR dilakukan dengan menggunakan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*), standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk pada standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI).

Global Reporting Initiatives (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-

menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar. GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu sebagai berikut:

1. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- a. Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan
- b. Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutan. Akan tetapi informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan.

2. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energy, air) dan output (emisi/gas, limbah, sungai, limbah kering atau sampah). Selain itu kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa.

3. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi yang telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI

mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk.

Kategori pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut *Global Reporting Initiatives* (GRI) meliputi:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices and decent work indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human right performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*society indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Dalam indikator tersebut terdapat beberapa kategori, jenis kategori dan tiap kategori berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1. Nilai 0 diberikan jika tidak ada informasi yang diungkapkan, sedangkan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah melakukan beberapa kegiatan yang sesuai dengan kategori yang dikodekan. Leki dan Christiawan, (2013). Perusahaan tidak hanya menyiapkan informasi laba, tetapi perusahaan harus menyiapkan informasi lainnya yang menunjang perusahaan menjadi lebih baik, perusahaan dapat mengungkapkan CSR. Dengan demikian apabila perusahaan ingin mendapatkan hasil positif atau meningkatkan skor pengungkapan CSR, sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan dan meningkatkan jumlah item pengungkapan CSR sesuai dengan standar yang terus

dikembangkan oleh lembaga Internasional diantaranya yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). Baik pada kategori ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Homan, 2019:205).

Item-item pengungkapan *corporate social responsibility* tersebut diukur dengan menggunakan CSR Index, yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan rumus sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility index* perusahaan j

X_{ij} = *dummy variable* : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

N_j = jumlah item perusahaan j, $N_j \leq 79$

2.1.3 Good Corporate Governance (GCG)

2.1.3.1 Pengertian Good Corporate Governance (GCG)

Rusdiyanto, (2019:3) menyatakan bahwa *good corporate governance* (tata kelola yang baik) merupakan alat untuk menumbuhkan integritas perusahaan dan menumbuhkan kepercayaan *stakeholder*, lebih lanjut Rusdiyanto, (2019:106) menyatakan bahwa *good corporate governance* merupakan sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip GCG.

Menurut Shefrin, (2018:200) tata kelola perusahaan adalah sebuah mekanisme di mana pemegang saham sebagai *principal*, dewan direksi bertugas

mewakili kepentingan pemegang saham, dan manajer perusahaan bertugas sebagai agen.

Menurut Rustam, (2017:294) *Good corporate governance* merupakan serangkaian keterkaitan antara dewan komisaris, direksi, pihak-pihak yang berkepentingan, serta pemegang saham perusahaan. *Corporate governance* menciptakan sebuah struktur yang membantu perusahaan dalam menetapkan sasaran, menjalankan kegiatan usaha sehari-hari, memperhatikan kebutuhan *stakeholder*, memastikan perusahaan beroperasi secara aman dan sehat, mematuhi hukum dan peraturan lain, serta melindungi kepentingan nasabah.

Menurut Zou, (2019:11) *Good corporate governance* adalah gabungan dua lingkup pandangan. Pertama, dari perspektif mikro, *good corporate governance* adalah struktur yang merancang bagaimana tujuan perusahaan ditetapkan, cara untuk mencapai tujuan tersebut, dan memantau kinerja yang ditentukan. kedua, dari perspektif makro, tata kelola perusahaan dibentuk oleh lingkungan ekonomi, hukum, dan peraturan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* (GCG) merupakan suatu sistem yang mengacu pada struktur dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan untuk tujuan pengarahan dan pengendalian perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder*.

2.1.3.2 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG)

Menurut Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang disusun oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) tahun 2006 dikutip dalam Rusdiyanto, (2019:39), prinsip-prinsip *good corporate governance* (GCG) meliputi 5 (lima) aspek, yaitu:

1. Keterbukaan (*Transfarancy*)

Transparansi adalah adanya pengungkapan informasi yang bersifat terbuka, jelas, tepat waktu dan dapat dibandingkan dengan keadaan yang menyangkut tentang keuangan, pengelolaan perusahaan dan kepemilikan perusahaan. Untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang materiil dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu, perusahaan harus dikelola secara benar, terstruktur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan perusahaan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

3. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang.

4. Kemandirian (*Independency*)

Perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain.

5. Kewajaran (*Fairness*)

Perusahaan menjamin adanya perlakuan adil dan setara dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan yang berlaku. Perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

Prinsip-prinsip ini dimaksudkan untuk membantu pemerintah dalam suatu negara untuk mengevaluasi dan meningkatkan hukum, institusi, dan kerangka peraturan untuk *good corporate governance* dan untuk memberikan arahan dan saran untuk pasar modal, investor, perusahaan dan pihak lain yang mempunyai peranan dalam proses pengembangan *good corporate governance* (Rusdiyanto, 2019:76).

2.1.3.3 Manfaat *Good Corporate Governance* (GCG)

Menurut *Indonesia Institute Of Corporate Governance* (IICG), keuntungan yang bisa diambil oleh perusahaan apabila menerapkan konsep GCG sebagai berikut:

1. Meminimalkan *agency cost*

Selama ini para pemegang saham harus menanggung biaya yang timbul akibat dari pendelegasian wewenang kepada manajemen. Biaya-biaya ini bisa berupa kerugian karena manajemen menggunakan sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi maupun berupa biaya pengawasan yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mencegah terjadinya hal tersebut.

2. Meminimalkan *cost of capital*

Perusahaan yang baik dan sehat akan menciptakan suatu referensi positif bagi para kreditur. Kondisi ini sangat berperan dalam meminimalkan biaya modal yang harus ditanggung bila perusahaan mengajukan pinjaman, selain itu dapat memperkuat kinerja keuangan juga akan membuat produk perusahaan akan menjadi lebih kompetitif.

3. Meningkatkan nilai saham perusahaan

Suatu perusahaan yang dikelola secara baik dan dalam kondisi sehat akan menarik investor untuk menanamkan modalnya. Sebuah survey yang dilakukan oleh Russel Reynold Associates mengungkapkan bahwa kualitas dewan komisaris adalah salah satu faktor utama yang dinilai oleh investor institusional sebelum mereka memutuskan untuk membeli saham perusahaan tersebut.

4. Mengangkat citra perusahaan

Citra perusahaan merupakan faktor yang penting yang sangat erat kaitannya dengan kinerja dan keberadaan perusahaan tersebut dimata masyarakat dan khususnya para investor. Citra suatu perusahaan terkadang akan menelan biaya yang sangat besar dibandingkan dengan keuntungan perusahaan itu sendiri, guna memperbaiki citra perusahaan tersebut.

2.1.3.4 Pengukuran *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance dapat diukur dengan menggunakan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) yang dikembangkan oleh *Indonesian Institute of Corporate Governance* (IICG) yang bekerja sama dan diterbitkan oleh majalah SWA. Program CGPI adalah program rutin tahunan yang dilaksanakan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) melalui perancangan riset yang mendorong perusahaan meningkatkan kualitas penerapan GCG dengan melaksanakan evaluasi dan *benchmarking* sebagai upaya perbaikan yang berkesinambungan. Kepesertaan CGPI bersifat sukarela dan melibatkan peran aktif perusahaan bersama seluruh *stakeholders* dalam memenuhi tahapan pelaksanaan CGPI (CGPI, 2019).

Dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* (GCG) diukur dengan menggunakan skor GCG melalui tahapan dan penilaian bobot CGPI 2019. Tahapan penilaian GCG adalah sebagai berikut:

1. *Self Assessment*

merupakan penilaian mandiri oleh seluruh organ, anggota, dan *stakeholders* perusahaan mengenai kualitas penerapan GCG di perusahaan. Pada tahapan

self assessment perusahaan menetapkan responden sesuai yang dipersyaratkan untuk mengisi kuesioner dengan memberikan persepsinya secara jujur dan objektif guna memberikan umpan balik dan evaluasi yang baik kepada perusahaan.

2. Sistem Dokumentasi

tahapan berikutnya dilakukan melalui penilaian dokumen perusahaan. CGPI 2019 mempersyaratkan sebanyak 27 jenis dokumen dan informasi data perusahaan. Penilaian sumber dokumentasi bersumber dari pemenuhan berikut:

a. Kelengkapan sistem dokumentasi

Pemenuhan kelengkapan dokumen bukti implementasi dilakukan oleh internal perusahaan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dipersyaratkan, kemudian dilakukan klarifikasi dan analisis penilaian oleh tim penilai dikantor perusahaan masing-masing.

b. Pengisian data perusahaan

Pengisian data ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penilaian sistem dokumentasi. Data isian berisi informasi-informasi umum yang diisi dengan jelas dan benar oleh internal perusahaan.

3. Tahapan Observasi

Tahap observasi dilakukan melalui klarifikasi instrumen penilaian dengan paparan eksekutif dan diskusif aktif antara tim penilai dengan organ perusahaan, dan memastikan bahwa perusahaan telah menerapkan GCG sesuai dengan aspek indikator dan penilaian. Paparan eksekutif dibawakan oleh salah satu anggota organ

perusahaan. Diskusi tanya jawab melibatkan direksi, dewan komisaris dan manajemen perusahaan dengan tim observer CGPI.

Setelah dilakukan tahap penilaian, selanjutnya dilakukan pembobotan penilaian CGPI untuk mendapatkan tingkat kepentingan dan hubungan antar aspek, lingkup dan fokus penilaian CGPI. Pembobotan dilakukan agar didapatkan penilaian tingkat kepentingan yang diberikan oleh panel ahli. Berikut merupakan indikator dalam melakukan pembobotan penilaian CGPI 2019:

Tabel 2. 1 Aspek Penilaian CGPI 2019

No	Aspek	Indikator
1.	Aspek Struktur Governansi (<i>Governance Structure</i>) yaitu penilaian terhadap kelengkapan struktur dan infrastruktur perusahaan dalam mengelola perubahan yang berdasarkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.	Pemegang Saham
		Dewan Komisaris
		Direksi
		Organ Pendukung Dewan Komisaris
		Organ Pendukung Dewan Direksi
		Manajemen Fungsional
		Perencanaan Perusahaan
2.	Aspek Proses Governansi (<i>Governance Process</i>) yaitu penilaian terhadap efektivitas sistem dan mekanisme dalam mengelola perubahan yang berdasarkan pada prinsip tata kelola perusahaan yang baik.	Governansi
		Pemenuhan Hak Pemegang Saham dan RUPS
		Governansi Dewan Komisaris dan Direksi
Governansi Perilaku Keorganisasian		

No	Aspek	Indikator
		Governansi Pengawasan Internal dan Eksternal
		Governansi Pengungkapan Keterbukaan Informasi
		Governansi Pengelolaan Risiko dan Kepatuhan
		Governansi Faktor Keunggulan
		Governansi Perencanaan Strategik
3.	Aspek Hasil Governansi (<i>Governance Outcome</i>) yaitu penilaian terhadap kualitas luaran, hasil, dampak, dan manfaat dari mengelola perubahan berdasarkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.	Luaran Tata Kelola Perusahaan (<i>Output</i>)
		Kualitas Hasil Tata Kelola Perusahaan (<i>Outcome</i>)
		Dampak Luarannya Tata Kelola Perusahaan (<i>Impact</i>)
		Kualitas Manfaat Tata Kelola Perusahaan (<i>Benefit</i>)

Sumber : CGPI, 2019

Adapun bobot nilai yang digunakan untuk menilai GCG (*Good Corporate Governance*) sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Tahapan dan Bobot Nilai CGPI (*Corporate Governance Perception Index*)

No.	Indikator	Bobot (%)
1	Struktur Governansi	27.10%
2	Proses Governansi	36.31%
3	Hasil Governansi	36.59%

Sumber : CGPI, 2019

Hasil penelitian CGPI akan dijadikan acuan untuk menentukan perolehan peringkat berdasarkan skor yang telah ditentukan. Hasil peringkat CGPI terbagi menjadi tiga kategori, yaitu cukup terpercaya, terpercaya, dan sangat terpercaya. Ringkasan pemeringkatan berdasarkan skor akan dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2. 3 Kategori Pemeringkat CGPI (*Good Corporate Governance Perception Index*)

No.	Skor	Level Terpercaya
1	85.00 – 100	Sangat Terpercaya
2	70.00 – 84.99	Terpercaya
3	55.00 – 69.99	Cukup Terpercaya

Sumber : *Corporate Governance Perception Index (CGPI)*, 2011 dalam majalah SWA (2013)

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau nilai pasar, karena apabila harga saham perusahaan naik, maka perusahaan dianggap berhasil menjalankan usahanya dan mampu

memberikan kepuasan dan keuntungan kepada para *stakeholder*. Salah satu indikator yang dapat dipertimbangkan oleh investor di dalam menilai keberhasilan maupun perusahaan secara keseluruhan adalah dengan memperhatikan nilai perusahaan (Murnita dan Putra, 2018). Menurut Wardhani (2013) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Indikator dari nilai perusahaan adalah harga sahamnya, dan jika harga saham meningkat maka dapat dikatakan bahwa keputusan-keputusan manajemen perusahaan itu benar, karena rahasia manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan. (Pristianingrum, 2017). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham (Indrarini, 2019:2). Menurut Irawan dan Nurhadi, (2019:66) nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan dimana sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi, maka nilai perusahaan dapat menjadi tinggi. Sedangkan menurut Wahyu dan Mahfud (2018) nilai perusahaan adalah suatu gambaran mengenai kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan atas hasil yang telah dicapai karena proses kegiatan usaha perusahaan selama beberapa tahun. Dapat disimpulkan dari beberapa definisi diatas bahwa nilai perusahaan merupakan nilai yang akan dibayar oleh calon investor jika perusahaan tersebut akan dijual dan nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan aset yang dimiliki perusahaan dengan bertambahnya nilai ekuitas dan hutang perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat tingkat kepercayaan dan ketertarikan dari para investor untuk berinvestasi semakin tinggi pula. untuk

menghasilkan nilai perusahaan yang baik, maka penting bagi perusahaan untuk mengeksplorasi kemungkinan faktor-faktor fundamental yang akan berdampak pada nilai perusahaan (Ramdhonah, dkk., 2019). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada peluang perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan sangat penting, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Pratiwi, dkk., 2016:4). Untuk memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang diperhatikan, melainkan sumber keuangan seperti hutang maupun saham preferennya.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Nilai Perusahaan

Menurut Jogiyanto (2017:122) menyatakan untuk menghitung nilai buku suatu perusahaan terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan, diantaranya yaitu:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga tercatat secara jelas di dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar atau sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses negosiasi tawar menawar di pasar modal. Nilai ini bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar modal.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling *abstrak*, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sejumlah aset. tetapi nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total asset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan menggunakan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

6. Agio Saham

Agio saham merupakan selisih yang dibayar oleh pemegang saham kepada perusahaan dengan nilai nominal sahamnya.

7. Nilai Modal Disetor

Nilai modal disetor merupakan total yang dibayar oleh pemegang saham kepada perusahaan emiten untuk ditukarkan dengan saham preferen atau dengan saham biasa.

8. Laba Ditahan

Laba ditahan merupakan laba yang tidak dibagikan kepada pemegang saham tetapi digunakan untuk diinvestasikan kembali.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan menurut Syamsuddin, dkk. (2021:109) adalah:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, manajemen akan leluasa dalam menggunakan aset perusahaan tersebut. Hal tersebut akan menimbulkan kekhawatiran pemilik perusahaan atas asetnya.

2. Struktur Modal

Struktur modal yang optimal dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Jika ingin menaikkan nilai perusahaan maka sebaiknya menggunakan hutang. Hutang dapat memaksimalkan nilai perusahaan jika manfaat dari hutang tersebut lebih tinggi dari biaya yang ditimbulkan oleh hutang.

3. Profitabilitas

Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi laba yang diterima perusahaan maka akan semakin tinggi nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi memberikan sinyal positif bagi investor sehingga investor akan tertarik berinvestasi pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi.

4. Kebijakan Deviden

Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, kebijakan deviden merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila perusahaan dapat menentukan kebijakan deviden dengan tepat yaitu dapat menentukan sebesar apa keuntungan yang diperoleh untuk dibagikan dalam bentuk deviden kepada para pemegang saham maka hal tersebut akan berdampak kepada meningkatnya nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham.

5. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan mekanisme suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasional perusahaan dan interaksinya dengan pemegang kepentingan.

6. *Good Corporate Governance* (GCG)

Penerapan mekanisme GCG yang berupa pembentukan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial akan dapat difungsikan untuk mengawasi dan mengontrol manajemen sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan konflik keagenan berkurang.

7. Resiko Perusahaan

Resiko perusahaan semakin tinggi risiko perusahaan maka return yang diharapkan semakin tinggi, namun dengan risiko yang tinggi harga saham cenderung rendah sehingga dengan harga saham yang rendah mencerminkan nilai perusahaan yang rendah.

2.1.4.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, yang terdiri dari :

1. *Price to Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio menggambarkan perbandingan antara harga pasar dengan pendapatan perlembar saham. PER diperoleh dengan cara:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{EPS}$$

Keterangan:

Price = Harga Saham

EPS= Earning Per Share (laba per saham)

2. *Price To Book Value Ratio* (P/B or PBV)

Price to book value ratio adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara harga saham dan nilai buku ekuitas sebagaimana yang tercantum di laporan keuangan. PBV diperoleh dengan cara:

$$PBV = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar}}$$

3. Tobin's Q

Alternatif yang dapat digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's ini dikembangkan oleh profesor James Tobin. Tobin's Q juga menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan nilai kombinasi dari aktiva berwujud dengan aktiva tak berwujud. Tobin's Q diperoleh dengan cara:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{MVE + Debt}{TA}$$

Keterangan:

MVE = harga penutupan saham di akhir tahun buku x banyaknya saham biasa yang beredar.

DEBT = (hutang lancar-aktiva lancar) + nilai buku sediaan + utang jangka panjang.

TA = total aktiva

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Penelitian-penelitian terdahulu ini akan disajikan dalam bentuk tabel dan dikemukakan juga gambaran dari penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya yaitu:

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Anindyati Sarwindah Utami, (2011)/ Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance	Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dan	Variabel CSR, GCG dan nilai perusahaan	Peneliti tidak menambahkan variabel moderasi dan kinerja keuangan. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Sebagai Variabel Pemoderasi	Good Corporate Governance juga berpengaruh terhadap hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan		
2	Ajeng Andriani Hapsari, (2018)/ Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	Penelitian ini memperlihatkan secara statistic GCG berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara itu, CSR mempunyai pengaruh yang positif, namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Variabel CSR, GCG dan nilai perusahaan	Peneliti tidak menambahkan variabel moderasi dan kinerja keuangan. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman
3	Aditya Satya Yudharma, (2016)/ Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan	biaya kesejahteraan karyawan (welfare cost) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA) dan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Sedangkan biaya	Variabel CSR dan nilai perusahaan	Peneliti tidak menambahkan variabel kinerja keuangan. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		untuk komunitas (donation) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA) maupun nilai perusahaan (Tobin's Q)		
4	Elsa Puspitasari, (2016)/Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018)	Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan perbankan BUMN go public yang terdaftar di BEI dan Praktik Good Corporate Governance dapat memperlemah pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan	Variabel GCG, CSR dan nilai perusahaan	Peneliti tidak menggunakan variabel moderator Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		perbankan BUMN go public yang terdaftar di BEI		
5	Reny Dyah Retno M, (2012)/ Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)	Hasil penelitian menunjukkan 1) GCG berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Size dan Leverage pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 2) Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Size, Jenis industri, Profitabilitas, dan Leverage pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 3) GCG dan Pengungkapan CSR berpengaruh positif	Variabel GCG, CSR dan nilai perusahaan	Peneliti tidak menggunakan variabel kontrol. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.		
6	Dian Putri Pamungkas, (2013)/ Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Industri Pertambangan Dan Peggalian (BUMN Persero Terbuka)	Ukuran Dewan Komisaris, Komisaris Independen, kepemilikan institusional dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada Industri Pertambangan dan Peggalian (BUMN Persero terbuka).	Variabel GCG, CSR	Peneliti menambahkan nilai perusahaan. Subyek diteliti 50 sektor makanan dan minuman
7	Marchall Tondi Saulus Putra, (2021)/ Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun GCG yang digunakan sebagai variabel pemoderasi justru memperlemah pengaruh	Variabel GCG, CSR dan Nilai Perusahaan	Peneliti tidak menggunakan variabel moderator. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Governance sebagai Variabel Pemoderasi	pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.		
8	Leni yuliyanti, (2014)/ Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan	GCG dan pengungkapan CSR di perusahaan dan juga nilai perusahaan menunjukkan hasil yang fluktuasi GCG dan Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Variabel GCG, CSR dan Nilai Perusahaan	Peneliti tidak menggunakan variabel kontrol. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman
9	Nirmalasari Saenong, (2017)/ Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol (Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI	GCG secara parsial dewan komisaris dan dewan direksi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, komisaris independen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif	Variabel GCG, dan Nilai Perusahaan	Peneliti tidak menggunakan variabel kontrol. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		dan signifikan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bea tahun 2012- 2016.		
10	Yunetri, (2020)/ Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan	Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Artinya semakin besar pengungkapan CSR yang diungkapkan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai jual dari suatu perusahaan sehingga menaikkan nilai perusahaan.	Variabel dan Nilai Perusahaan	Peneliti menambahkan variabel GCG. Subyek diteliti sektor makanan dan minuman

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
11	Berly Dedesti, (2017)/ Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.	Variabel CSR, GCG dan Nilai Perusahaan	Peneliti menggunakan Variabel moderator yaitu Profitabilitas.
12	Cici Dianawati, (2016)/ Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Variabel CSR, GCG dan Nilai Perusahaan	Peneliti menggunakan Variabel Intervening yaitu Profitabilitas.
13	Sulistia Melani, (2017)/ Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya	Variabel CSR, GCG dan Nilai Perusahaan	Peneliti menggunakan Variabel moderator yaitu Profitabilitas.

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	mengindikasikan bahwa nilai perusahaan akan tinggi, dan akan menarik perhatian para investor untuk berinvestasi.		
14	Karina Desita, (2020)/ Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Variabel CSR, GCG dan Nilai Perusahaan	Peneliti tidak menggunakan variabel moderator.
15	Rika Mei Saputri, (2021)/ Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya ketika perusahaan mengungkapkan CSR dan GCG mengalami kenaikan berarti reaksi investor	Variabel CSR, GCG dan Nilai Perusahaan	Peneliti menggunakan Variabel moderator yaitu Profitabilitas.

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		menganggap bahwa nilai perusahaan ikut naik.		

Sumber : Data diolah, 2022

2.2 Kerangka Pemikiran

Hubungan atau keterkaitan antar variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan. Oleh karena itu dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi, maka perlu dikemukakan kerangka pemikiran (Sugiyono, 2019:60).

2.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kewajiban perusahaan dimana bertujuan untuk memberikan informasi atau menjamin keberlanjutan perusahaan bukan hanya dalam jangka waktu pendek tapi juga dalam jangka waktu yang panjang. CSR mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan pengungkapan informasi CSR perusahaan akan memperoleh berbagai manfaat diantaranya menarik investor dan meningkatkan citra dari perusahaan tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan dapat menjadi nilai tambah yang diharapkan akan meningkatkan kepercayaan para investor. Tidak hanya investor, konsumen akan lebih menghargai perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena ketika konsumen membeli produk perusahaan tersebut, maka konsumen merasa ikut berpartisipasi dalam membantu kepentingan sosial lingkungan. Dampak positif dari pengungkapan *corporate social responsibility* salah satunya dapat membangun *image* perusahaan di mata para *stakeholder* (Widyanti, 2014)

CSR erat kaitannya dengan nilai perusahaan, dimana perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya dan lingkungannya akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan. *Stakeholder* atau pemangku kepentingan akan lebih tertarik dengan perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya daripada perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hal ini akan membawa pengaruh baik bagi perusahaan dengan meningkatnya peminat investor terhadap perusahaan, sehingga nilai pasar perusahaan tersebut meningkat. Nilai perusahaan akan meningkat karena investor lebih memperhatikan perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Anwar, dkk (2010) mengatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor untuk memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Elsa Puspitasari, (2016) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018. Penelitian yang dilakukan oleh Marchall Tondi Saulus Putra, (2021) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. Hasil dari penelitian-penelitian di atas yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara positif kepada nilai perusahaan, secara umum berarti bahwa semakin banyak instrumen atau item CSR yang diungkapkan perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut.

2.2.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam usaha untuk meningkatkan nilai perusahaan tersebut terdapat konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (*principle*) dan manajer sebagai pengelola (*agent*), karena pemilik perusahaan menggunakan orang/pihak lain untuk mengelola perusahaannya. Sehingga terjadi perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dan pengelolanya (*agent dan principle*). Hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi mereka sedangkan kepentingan manajer tersebut bertentangan dengan kepentingan pemilik, karena menurut pemilik kepentingan manajer akan menambah beban bagi perusahaan sehingga akan mengurangi keuntungan yang akan diperolehnya.

Untuk mengatasi konflik kepentingan tersebut maka diterapkannya *good corporate governance* (GCG). *Good corporate governance* ini terdiri dari

seperangkat sistem atau peraturan yang mengatur antar hubungan *stakeholder* perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. *Stakeholder* disini dimaksudkan kepada investor, dewan direksi, dewan komisaris dan sebagainya. Manfaat penerapan GCG bagi perusahaan adalah seperti meningkatkan kinerja perusahaan, mengembalikan dan menambah kepercayaan investor sehingga investor akan merasa puas dengan kinerja perusahaan dan kemakmuran yang mereka dapat sebagai imbal hasil dari investasinya. Berdasarkan *Organization Economic Cooperation and Development* (OECD) prinsip – prinsip dasar dari GCG meliputi, *fairness, transparency, accountability, responsibility, and independency*. Dengan diterapkannya GCG tersebut akan memiliki manfaat bagi perusahaan yaitu akan menurunkan *agency cost, cost of capital*, meningkatkan nilai perusahaan dan mendapatkan dukungan dari *stakeholder*.

Penelitian yang dilakukan oleh Leni Yulianti, (2014) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hadiwijaya (2016) menunjukkan bahwa yang menemukan hasil bahwa GCG berpengaruh pada nilai perusahaan bank yang terdaftar di BEI

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

Penerapan GCG merupakan suatu tuntutan agar persaingan global yang semakin keras tidak sampai menindas banyak perusahaan yang ada. Prinsip-prinsip dasar dari GCG mempunyai tujuan agar kinerja suatu perusahaan memiliki kemajuan yang lebih condong kepada serangkaian pola perilaku perusahaan yang diukur dengan kinerja, pertumbuhan, struktur pembiayaan, perlakuan terhadap para

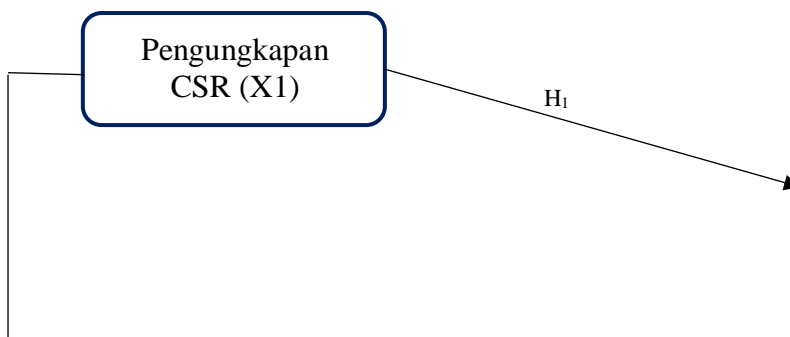
pemegang saham, dan juga *stakeholder* yang dapat menjadikan sebagai dasar analisis dalam mengkaji *corporate governance* disuatu perusahaan dengan memenuhi transparansi dan akuntabilitas didalam pengambilan keputusan yang sistematis dapat digunakan sebagai dasar dari pengukuran yang lebih akurat tentang kinerja perusahaan.

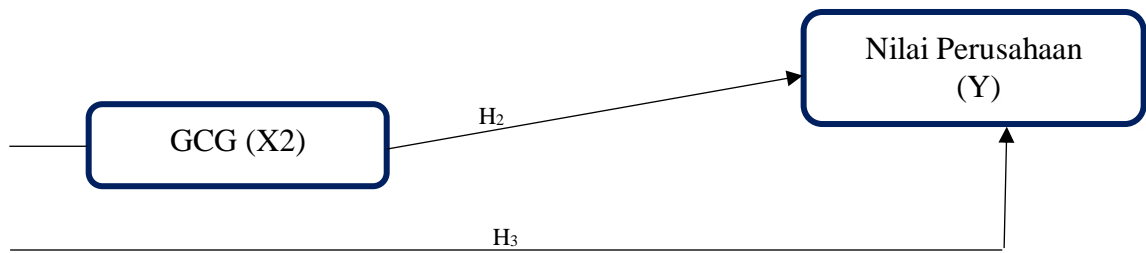
Selain *Good Corporate Governance*, hal yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility*. Beberapa tahun belakangan ini perusahaan-perusahaan semakin sadar akan pentingnya penerapan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnis yang diterapkannya. jadi perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan dan pengungkapan CSR juga dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Leni Yulianti (2014) menunjukkan bahwa GCG dan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtarudin, Relasari, dan Messa Felmania (2014) menunjukkan bahwa GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.4 Paradigma Penelitian

Berdasarkan penjelasan kerangka pemikiran serta penelitian terdahulu, maka dibuat gambar paradigma penelitian sebagai berikut:





Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Pengertian hipotesis penelitian menurut sugiyono, (2019:63) adalah sebagai berikut:

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.

Dari penerapan kerangka pemikiran dan didukung dengan teori yang ada, maka hipotesis atau dugaan sementara dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₂ : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₃ : *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam melakukan kegiatan penelitian, objek penelitian merupakan salah satu yang perlu diperlukan dalam penelitian. Objek penelitian merupakan titik perhatian sebuah penelitian yang hendak diteliti untuk mendapatkan data yang lebih terarah. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang dapat dipecahkan permasalahannya dengan menggunakan teori-teori yang bersangkutan (Fitrah dan Luthfiah, 2017:156), memaparkan bahwa objek penelitian adalah himpunan elemen yang berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2017:68) objek penelitian yaitu suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi dan juga kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan juga ditarik kesimpulannya.

Objek dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (X1), *Good Corporate Governance* (X2) dan Nilai Perusahaan sebagai variabel (Y). Subjek penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017 sampai dengan tahun 2021. Lalu data yang digunakan adalah laporan keuangan tahunan (*financial statement*) dan laporan tahunan (*annual report*).

3.2 Metode Penelitian

61

memperoleh data berdasarkan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional, berarti penelitian dilakukan dengan cara yang masuk akal sehingga dapat dipahami oleh nalar manusia. Empiris, berarti Teknik yang dilakukan saat penelitian dapat diamati oleh indera manusia. Sistematis, berarti proses yang dilakukan dalam penelitian menggunakan langkah-langkah yang logis (Radjab dan Jam'am, 2017:21). Metode penelitian memiliki peranan yang sangat penting karena dalam suatu penelitian menyangkut tentang cara bagaimana suatu penelitian dilakukan dan cara menghimpun data yang diperlukan dalam penelitian.

3.2.1 Metode yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, Metode kuantitatif menurut (Sugiyono, 2019:7) adalah:

“Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi sebagai metode untuk

penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*. karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.”

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran perkembangan mengenai *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. oleh karena itu penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa cara bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskriptif semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan (Radjan dan Jam'an, 2017:127)

Tujuan lain dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021, maka penelitian yang dilakukan adalah penelitian verifikatif. Penelitian verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, atau metode yang digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis (Sugiyono, 2015:36).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:115) variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai, sedangkan Menurut Sugiyono (2019:38), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh suatu informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik menjadi kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2019:39) berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen (*Independent Variabel*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam SEM (*Structural Equation Modeling* atau Pemodelan Persamaan Struktural), variabel independen disebut sebagai variabel eksogen. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah *corporate social responsibility (X1)* dan *good corporate governance (X2)*.

2. Variabel Dependen (*Dependen Variabel*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output, kriteria, konsekuen*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (*Structural Equation Modeling* atau Pemodelan Persamaan Struktural), variabel dependen disebut sebagai variabel endogen. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah nilai perusahaan (Y).

Operasional variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasional variabel penelitian. Bertujuan untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian, Dari variabel tersebut dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang telah ditentukan berdasarkan teori yang ada. Adapun penjabaran indikator tersebut dapat dilihat pada tabel operasional penelitian berikut

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel Penelitian	Proksi	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X1)	<i>Corporate social responsibility</i> merupakan salah satu tolak ukur yang penting dalam suatu manajemen korporat Riswari & Cahyonowati (2012)	<i>Corporate Social Responsibility index</i> perusahaan j	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi Ekonomi - Dimensi Sosial - Dimensi Lingkungan <p>Rumus :</p> $CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{NJ}$	Rasio
<i>Good Corporate Governance</i> (X2)	<i>Good corporate governance</i> (tata kelola yang baik) merupakan alat untuk	Nilai CGPI (<i>Corporate Governance Perception Index</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Struktur Governansi - Proses Governansi - Hasil Governansi 	Rasio

Variabel	Definisi Variabel Penelitian	Proksi	Indikator	Skala
	<p>menumbuhkan integritas perusahaan dan menumbuhkan kepercayaan <i>stakeholder</i>, serta merupakan sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip GCG</p> <p>Rusdiyanto (2019:3)</p>		<p>Rumus :</p> <p>CGPI</p> <p>Struktur</p> <p>Governansi +</p> <p>Proses Governansi</p> <p>+ Hasil Governansi</p>	
<p>Nilai Perusahaan (Y)</p>	<p>Nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan</p>	<p><i>Price to Earning Ratio</i> (PER)</p>	<p>- Harga Saham</p> <p>- Earning</p> <p>- Jumlah Saham</p> <p>Rumus :</p>	<p>Rasio</p>

Variabel	Definisi Variabel Penelitian	Proksi	Indikator	Skala
	dimana sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi, maka nilai perusahaan dapat menjadi tinggi		$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{EPS}$	

Sumber : Data Diolah, 2022

3.2.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

Jumlah perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 sebanyak 26 perusahaan. Tertulis pada lampiran terdapat tabel perusahaan sektor barang

konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017-2021.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019:127). Pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen yang secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman terhadap karakteristik pada elemen populasi. Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi 2 (dua) cara yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan pendekatan *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2019:133) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode 2017-2021
2. Perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut periode 2017-2021
3. Perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan tidak menggunakan satuan mata uang rupiah periode 2017-2021

Berdasarkan dengan kriteria di atas, proses pemilihan sampel dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 Kriteria Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode 2017-2021	26 perusahaan
Kriteria:	
Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut periode 2017-2021	(6 perusahaan)
Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang menerbitkan laporan keuangan tidak menggunakan rupiah periode 2017-2021	(5 perusahaan)
Perusahaan yang Terpilih Menjadi Sampel	15 perusahaan
Jumlah tahun penelitian	5 tahun
Total Data Penelitian (15 x 5)	75 data

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan kriteria di atas, perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 yang sesuai dengan kriteria di atas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Emiten
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk, PT

No	Kode	Nama Emiten
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT
4	DLTA	Delta Djakarta Tbk, PT
5	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk, PT
6	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
7	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
8	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT
9	MYOR	Mayora Indah Tbk, PT
10	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk, PT
11	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
12	SKBM	Sekar Bumi Tbk, PT
13	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT
14	STTP	Siantar Top Tbk, PT
15	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT

Sumber : Data diolah, 2022

3.2.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.4.1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau berasal dari sumber-sumber yang sudah ada (Sugiyono, 2019:296). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:295) Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapat data. Tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data, maka peneliti

tidak akan mendapat data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik:

1. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari catatan-catatan atau dokumen-dokumen perusahaan sesuai dengan data yang diperlukan (Sugiyono, 2019:314). Dalam penelitian ini, Teknik dokumentasi yang dilakukan yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), data tersebut diantaranya laporan keuangan perusahaan selama 5 (lima) tahun dari 2017 sampai dengan 2021 yang didapatkan dari www.idx.co.id dan website resmi perusahaan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan pada tahap ini yaitu dengan menggunakan *literature* (kepuustakaan), baik berupa catatan, buku, jurnal, maupun laporan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pada tahap ini, peneliti berusaha untuk memperoleh berbagai informasi yang akan dijadikan sebagai dasar teori dan akan berusaha untuk mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang telah berhubungan dengan penelitian peneliti.

3.2.5 Rancangan Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:284) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah dan kerangka berpikir penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan

pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Untuk memperoleh hasil penelitian, diperoleh adanya sebuah perancangan untuk melakukan analisis pada data yang telah dikumpulkan. Pengolahan data dilakukan dengan cara mengolah data yang sudah dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan peneliti dalam menyusun penelitian ini dengan menggunakan data sekunder yang sudah diklasifikasikan untuk mempermudah analisis.

Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan uji signifikan, dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) merupakan suatu hipotesis yang tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara simultan (uji F) dan pengujian secara parsial (uji T). hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh variabel-variabel yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

3.2.6 Teknik Analisis Data

3.2.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, dimaksud untuk menggambarkan dan menyajikan informasi secara ringkas dari sejumlah besar data. Menurut Sugiyono (2019:206) statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau data populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh antara *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* (X) sebagai variabel *independen* (bebas) terhadap Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel *dependen* (terikat). Rumus regresi linear berganda menurut Sugiyono (2017:305) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan (variabel *dependen*)

α : Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_2$: Koefisien Regresi variabel bebas 1 sampai 2

X_1 : *Corporate Social Responsibility* (variabel *independen*)

X_2 : *Good Corporate Governance* (variabel *independen*)

ε : Tingkat Kesalahan (*error term*)

3.2.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengukuran asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi (Ghozali, 2018:107-171).

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018:161).

a. Analisis Grafik

Analisis grafik merupakan cara termudah untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil jika hanya melihat histogram saja, maka terdapat metode yang lebih handal yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2018:163):

- 1) Model regresi memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.
- 2) Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal.

b. Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan apabila tidak hati-hati karena secara visual terlihat normal, padahal secara statistic belum tentu seperti itu. Oleh sebab itu, dianjurkan disamping menggunakan uji grafik tetapi dilengkapi juga dengan uji statistik (Ghozali, 2018:163). Pengujian normalitas dalam penelitian ini adalah uji statistik *non-parametric Kolmogorov-smirnov* dalam program SPP. Dengan ketentuan yaitu (Ghozali, 2018:63):

- 1) Jika Nilai Asymp.sig. (2-tailed) atau probabilitas $> 0,05$ maka data residual telah berdistribusi secara normal.
- 2) Jika nilai Asymp.sig. (2-tailed) atau probabilitas $< 0,05$ maka data residual belum berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107-108) mengatakan uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adalah korelasi antar variabel bebas (independent). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabel-

variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 maka variabel independen tersebut tidak memiliki multikolinearitas yang serius dengan variabel independen lainnya.
- 2) jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 maka variabel independen tersebut memiliki multikolinearitas yang serius dengan variabel independen lainnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137).

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamat yang lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis Grafik *Scatterplot* adalah untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED*. Dasar analisisnya yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam 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 problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya. Sedangkan pada data *cross section* (silang waktu), masalah autokorelasi jarang terjadi. Dalam suatu pengujian regresi dikatakan baik ketika bebas dari unsur autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (D-W), yaitu uji yang hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lain di antara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H₀ : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_A : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Tabel 3. 4 Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$d_L \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi Negatif	Tolak	$4 - d_L < d < 4$

Hipotesis	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi negatif	No Decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber : Ghozali (2018:112)

3.2.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam Analisis terdapat satu angka yang disebut koefisien determinasi yang besarnya adalah kuadrat koefisien, Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis koefisien determinasi di mana langkah perhitungannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd : Seberapa jauh perubahan variabel Y dipengaruhi variabel X

R^2 : Koefisien korelasi pangkat 2 (dua)

3.2.6.5 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan uji signifikan, dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol (H_0) merupakan suatu hipotesis yang tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara simultan (uji F) dan pengujian secara parsial (uji T). Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh variabel-variabel yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan.

1. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F yaitu merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Uji F dapat dilakukan dengan nilai signifikan F pada output hasil regresi, tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F disebut juga dengan *Analysis of Variance* (ANOVA). Tujuan uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan secara simultan. Adapun hipotesis penelitian secara simultan dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 = 0$, *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. $H_a : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 \neq 0$, *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ada dua cara yang dapat digunakan untuk menentukan hipotesis penelitian secara simultan ditolak atau diterima yaitu dengan membandingkan tingkat signifikan atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika pengujian didasarkan pada perbandingan tingkat signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (berpengaruh). Namun jika nilai tingkat signifikan $> 0,05$ maka hipotesis tersebut ditolak (tidak berpengaruh). Selain menggunakan perbandingan tingkat signifikan, uji F dilakukan berdasarkan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $<$ tingkat signifikan (0,05) maka H_0 ditolak atau H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $>$ tingkat signifikan (0,05) maka H_0 diterima atau H_a ditolak.



Gambar 3. 1 Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 Pihak Kanan

Sumber : Sugiyono, 2019

Untuk menentukan titik kritis yang dicari dari tabel distribusi F dengan tingkat kesalahan atau level signifikansi (α) 0,05 dan untuk menentukan tabel distribusi F tersebut dapat dilakukan dengan rumus:

$$Df1 = k - 1$$

$$Df2 = n - k$$

Keterangan:

k = variabel bebas dan terikat

n = jumlah sampel

2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji ini berguna untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Uji t dapat dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikan t masing-masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai perusahaan secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis secara parsial
 - a. Variabel *Corporate Social Responsibility* diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility index perusahaan j (X1)*.
 - 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
 - 2) $H_a : \beta_1 \neq 0$, *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Variabel *Good Corporate Governance* diproksikan dengan Nilai CGPI *Corporate Governance Perception Index (X2)*.

- 1) $H_0 : \beta_2 = 0$, *Good Corporate Governance* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) $H_a : \beta_2 \neq 0$, *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Menentukan titik kritis tabel

Pengujian dilakukan dengan menggunakan level signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Untuk menentukan titik krisis yang dicari dari tabel distribusi t dengan tingkat kesalahan atau level signifikan (α) 0,05 dan untuk menentukan tabel distribusi t tersebut dapat dilakukan dengan rumus:

$$Dfl = K - 1$$

$$Dfl = n - k$$

Keterangan:

k = variabel bebas dan terikat

n = jumlah sampel

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 26 perusahaan, dengan teknik *purposive sampling* maka sampel akhir yang terpilih sebanyak 15 perusahaan yang terpilih dan memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dari seluruh perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021.

4.1.1 Perkembangan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

4.1.1.1 Perkembangan *Corporate Sosial Responsibility* Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

Corporate social responsibility merupakan variabel independen dalam penelitian ini. *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan sebagai asset yang kompetitif dan strategis untuk perusahaan ditengah persaingan dunia bisnis yang

semakin menurun. *Corporate social responsibility* diukur dengan *Global Reporting Initiatives* (GRI) menggunakan *Corporate Social Responsibility index* perusahaan j, dengan cara membagi jumlah pengungkapan CSR oleh perusahaan terhadap pengungkapan item CSR sesuai dengan GRI atau tidak. Berikut ini data *corporate social responsibility* yang telah dikumpulkan dari laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman periode 2017-2021:

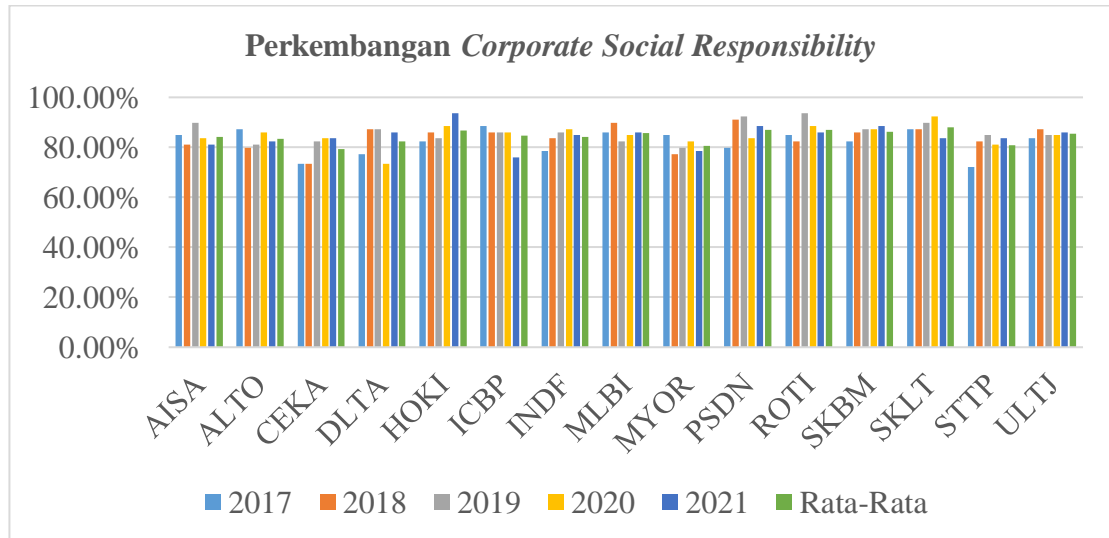
Tabel 4. 1 *Corporate Social Responsibility* Pada Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021

No	Kode	Corporate Social Responsibility					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	AISA	84.81%	81.01%	89.87%	83.54%	81.01%	84.05%
2	ALTO	87.34%	79.75%	81.01%	86.08%	82.28%	83.29%
3	CEKA	73.42%	73.42%	82.28%	83.54%	83.54%	79.24%
4	DLTA	77.22%	87.34%	87.34%	73.42%	86.08%	82.28%
5	HOKI	82.28%	86.08%	83.54%	88.61%	93.67%	86.84%
6	ICBP	88.61%	86.08%	86.08%	86.08%	75.95%	84.56%
7	INDF	78.48%	83.54%	86.08%	87.34%	84.81%	84.05%
8	MLBI	86.08%	89.87%	82.28%	84.81%	86.08%	85.82%
9	MYOR	84.81%	77.22%	79.75%	82.28%	78.48%	80.51%
10	PSDN	79.75%	91.14%	92.41%	83.54%	88.61%	87.09%
11	ROTI	84.81%	82.28%	93.67%	88.61%	86.08%	87.09%
12	SKBM	82.28%	86.08%	87.34%	87.34%	88.61%	86.33%
13	SKLT	87.34%	87.34%	89.87%	92.41%	83.54%	88.10%
14	STTP	72.15%	82.28%	84.81%	81.01%	83.54%	80.76%
15	ULTJ	83.54%	87.34%	84.81%	84.81%	86.08%	85.32%
	Jumlah	1232.91%	1260.76%	1291.14%	1273.42%	1268.35%	1265.32%
	Minimum	72.15%	73.42%	79.75%	73.42%	75.95%	79.24%
	Maksimum	88.61%	91.14%	93.67%	92.41%	93.67%	88.10%
	Rata-Rata	82.19%	84.05%	86.08%	84.89%	84.56%	84.35%
	Median	83.54%	86.08%	86.08%	84.81%	84.81%	84.56%

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel 4.1 di atas memperlihatkan perkembangan *corporate social responsibility* dari masing-masing perusahaan dan rata-rata perkembangan yang menggambarkan *corporate social responsibility* dari 15 sampel perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa efek Indonesia

(BEI) periode 2017-2021. Agar dapat terlihat dengan jelas maka ditampilkan dalam grafik sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Grafik Perkembangan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa *corporate social responsibility* yang diukur menggunakan *corporate social responsibility indeks* perusahaan setiap perusahaan berfluktuasi. Dari ke-15 perusahaan tersebut, perusahaan yang memiliki nilai rata-rata pertumbuhan *corporate social responsibility* tertinggi adalah perusahaan PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) yaitu sebesar 88.10% dengan nilai median sebesar 84,56% dan nilai rata-rata terkecil dimiliki oleh PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) yaitu sebesar 79.24%. Nilai rata-rata *corporate social responsibility* yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnisnya. Nilai rata-rata *corporate social responsibility* yang rendah menggambarkan bahwa rendahnya kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dan

lingkungan kepada investor atau masyarakat. Peningkatan *Corporate social responsibility* dapat disebabkan oleh komitmennya perusahaan dalam mengembangkan kebijakan-kebijakan yang menyangkut dengan kegiatan bisnisnya. Penurunan *corporate social responsibility* dapat disebabkan oleh menurunnya komitmen perusahaan dalam mengembangkan kebijakan-kebijakan yang menyangkut dengan kegiatan bisnisnya.

4.1.1.2 Perkembangan *Good Corporate Governance* Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

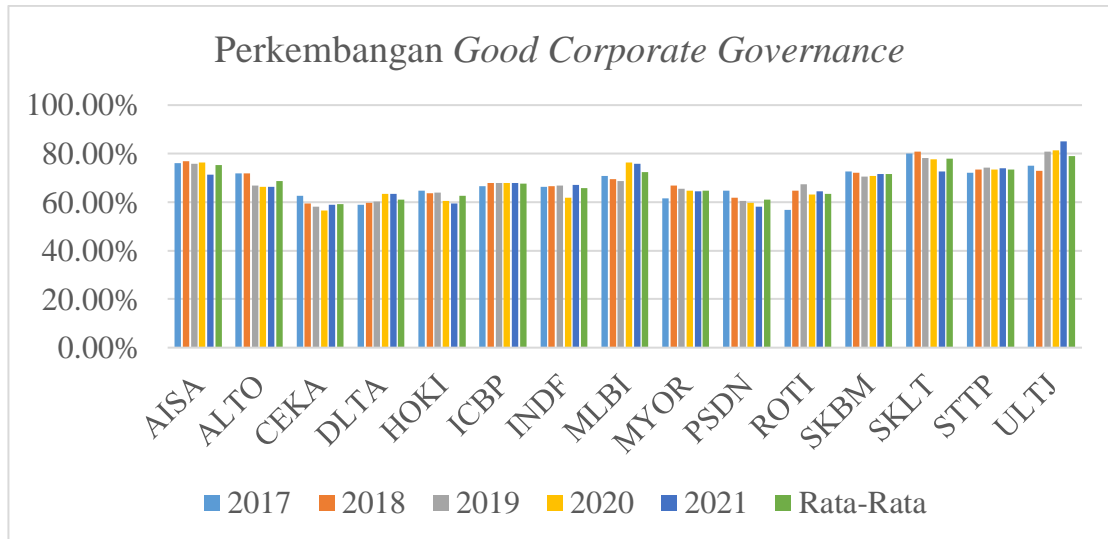
Good Corporate Governance adalah tata kelola yang baik dimana *good corporate governance* alat untuk menumbuhkan integritas perusahaan dan menumbuhkan kepercayaan *stakeholder*. *Good corporate governance* yaitu sebuah struktur yang membantu perusahaan dalam menerapkan sasaran, menjalankan kegiatan usahanya serta memastikan perusahaan beroperasi secara aman dan sehat dengan mematuhi hukum. *Good corporate governance* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Nilai CGPI *Corporate Governance Perception Index*. Berikut ini adalah data mengenai *good corporate governance* di perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 *Good Corporate Governance* Pada Sektor Barang Konsumsi
Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021**

No	Kode	<i>Good Corporate Governance</i>					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	AISA	76.16%	76.93%	75.93%	76.43%	71.43%	75.38%
2	ALTO	71.93%	71.77%	66.82%	66.34%	66.29%	68.63%
3	CEKA	62.64%	59.57%	58.04%	56.46%	58.88%	59.12%
4	DLTA	58.79%	59.64%	60.13%	63.46%	63.30%	61.06%
5	HOKI	64.77%	63.70%	64.04%	60.54%	59.39%	62.49%
6	ICBP	66.50%	67.93%	67.93%	67.91%	68.00%	67.65%
7	INDF	66.21%	66.52%	66.91%	61.93%	67.13%	65.74%
8	MLBI	70.82%	69.54%	68.70%	76.38%	75.89%	72.26%
9	MYOR	61.46%	66.93%	65.50%	64.64%	64.50%	64.61%
10	PSDN	64.79%	61.89%	60.61%	59.75%	58.14%	61.04%
11	ROTI	56.71%	64.64%	67.32%	63.16%	64.57%	63.28%
12	SKBM	72.68%	72.09%	70.50%	70.86%	71.61%	71.55%
13	SKLT	79.91%	80.91%	78.25%	77.70%	72.55%	77.86%
14	STTP	72.04%	73.38%	74.32%	73.30%	73.93%	73.39%
15	ULTJ	75.11%	73.00%	80.75%	81.25%	85.11%	79.04%
	Jumlah	1020.52%	1028.43%	1025.73%	1020.11%	1020.71%	1023.10%
	Minimum	56.71%	59.57%	58.04%	56.46%	58.14%	59.12%
	Maksimum	79.91%	80.91%	80.75%	81.25%	85.11%	79.04%
	Rata-Rata	68.03%	68.56%	68.38%	68.01%	68.05%	68.21%
	Median	66.50%	67.93%	67.32%	66.34%	67.13%	67.65%

Sumber: Data diolah, 2022

Pada tabel 4.2 di atas memperlihatkan perkembangan *good corporate governance* dan rata-rata perkembangan GCG dari masing-masing perusahaan, agar dapat terlihat dengan jelas maka ditampilkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Gambar 4. 2 Grafik Perkembangan *Good Corporate Governance* Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa *good corporate governance* yang diukur dengan Nilai CGPI *Corporate Governance Perception Index* setiap perusahaan mengalami berfluktuasi. Dari ke-15 perusahaan tersebut, perusahaan yang memiliki nilai rata-rata pertumbuhan *good corporate governance* tertinggi adalah PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) yaitu sebesar 79.04% dengan nilai median sebesar 67,65% dan nilai rata-rata terkecil dimiliki oleh PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) yaitu sebesar 59.12%. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika semakin tinggi nilai rata-rata *good corporate governance* menggambarkan pertumbuhan integritas perusahaan dipercaya oleh *stakeholder*. Nilai rata-rata *good corporate governance* yang rendah menggambarkan bahwa rendahnya kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan kepada investor. Peningkatan nilai GCG disebabkan karena struktur dan proses yang diciptakan oleh perusahaan dijalankan dengan baik karena adanya

kerja sama yang baik. Penurunan nilai GCG disebabkan karena struktur dan proses yang diciptakan perusahaan kurang baik.

4.1.1.3 Perkembangan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

Nilai Perusahaan digunakan untuk mengukur pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaan pun menjadi tinggi. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Price to Earning Ratio* (PER). Berikut ini adalah data mengenai nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yaitu sebagai berikut:

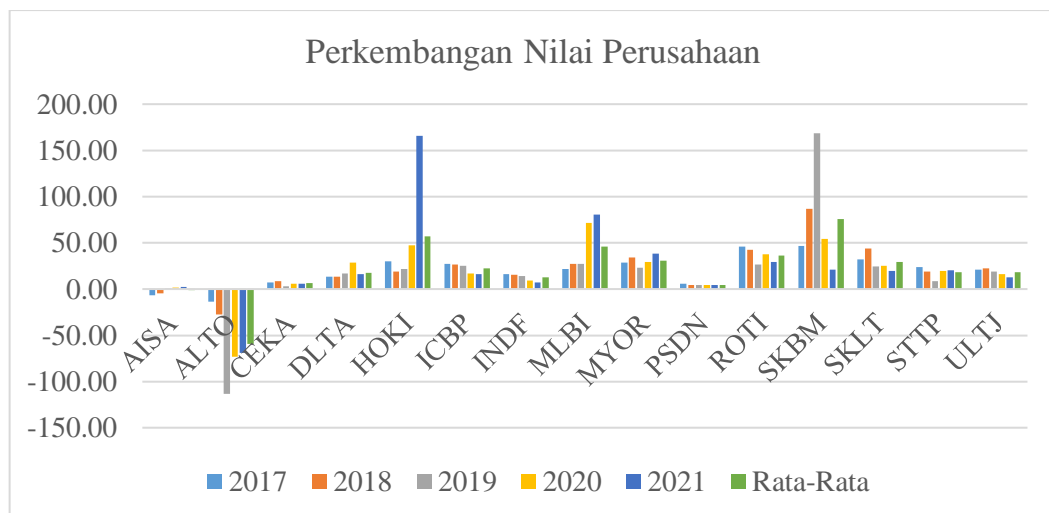
Tabel 4. 3 Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021

No	Kode	Nilai Perusahaan					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	AISA	-6.72	-4.38	0.48	1.60	2.04	-1.40
2	ALTO	-13.62	-27.38	-113.10	-73.22	-68.97	-59.26
3	CEKA	7.13	8.81	2.90	5.83	5.99	6.13
4	DLTA	13.15	13.03	17.13	28.39	15.91	17.52
5	HOKI	29.79	19.21	21.36	47.55	165.71	56.73
6	ICBP	27.30	26.66	24.94	16.95	15.88	22.34
7	INDF	16.12	15.72	13.86	9.32	7.27	12.46
8	MLBI	21.81	27.54	27.10	71.32	80.65	45.68
9	MYOR	28.45	34.03	23.03	29.46	38.49	30.69
10	PSDN	5.68	4.70	4.37	4.33	4.34	4.69
11	ROTI	46.10	42.75	26.37	37.80	29.49	36.50
12	SKBM	46.43	86.77	168.72	54.09	21.04	75.41
13	SKLT	32.35	44.12	24.77	25.24	19.67	29.23
14	STTP	23.48	19.25	8.69	19.80	20.29	18.30
15	ULTJ	21.23	22.50	18.88	16.00	12.87	18.29

No	Kode	Nilai Perusahaan					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
	Jumlah	298.68	333.32	269.51	294.46	370.69	313.33
	Minimum	-13.62	-27.38	-113.10	-73.22	-68.97	-59.26
	Maksimum	46.43	86.77	168.72	71.32	165.71	75.41
	Rata-Rata	19.91	22.22	17.97	19.63	24.71	20.89
	Median	21.81	19.25	18.88	19.80	15.91	18.30

Sumber: Data diolah, 2022

Pada tabel 4.3 di atas memperlihatkan perkembangan nilai perusahaan dan rata-rata perkembangan nilai perusahaan dari masing-masing perusahaan, agar dapat terlihat jelas maka ditampilkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Gambar 4. 3 Grafik Perkembangan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Price to Earning Ratio* berfluktuasi. Dari ke-15 perusahaan tersebut, perusahaan yang memiliki nilai rata-rata pertumbuhan nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) yaitu sebesar 75.41 dengan nilai median sebesar 18,30 dan nilai rata-rata terkecil dimiliki oleh PT. Tri

Banyan Tirta Tbk (ALTO) yaitu sebesar -59.26. nilai rata-rata nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa harga saham perusahaan yang tinggi. Nilai rata-rata nilai perusahaan yang rendah menggambarkan bahwa rendahnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh harga saham. Peningkatan nilai perusahaan disebabkan oleh tingginya harga saham. Rendahnya harga saham akan berpengaruh pada nilai perusahaan yang rendah juga akan berakibat pada tanggapan investor terhadap perusahaan yang kurang baik. Hal ini dikarenakan harga saham merupakan gambaran dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya yang dapat dipengaruhi oleh peluang investasi. Dengan adanya peluang investasi akan memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang yang dapat meningkatkan harga saham. Semakin meningkatnya nilai perusahaan maka akan diikuti dengan meningkatnya kemakmuran bagi pemegang saham. Karena suatu harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan.

4.1.1.4 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang berhubungan dengan penyajian data yang informatif agar pengguna data mudah untuk memahaminya. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran atas *corporate social responsibility* yang diprosikan menggunakan rumus *corporate social responsibility index* perusahaan j, *good corporate governance* yang diprosikan dengan Nilai *corporate governance perception index*, serta nilai perusahaan yang diprosikan dengan *price to earning ratio*. Dari hasil pengujian statistik deskriptif diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	75	.72	.94	.8435	.04643
Good Corporate Governance	75	.56	.85	.6827	.06673
Nilai Perusahaan	75	-113.10	168.72	20.8885	37.33231
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil *output* SPSS di atas, bahwa setiap indikator penelitian memiliki jumlah 75 data yang diolah. Selanjutnya penjelasan dari setiap indikator adalah sebagai berikut:

1. Variabel *corporate social responsibility* yang diproksikan dengan *corporate social responsibility index perusahaan j* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,72 dan nilai maksimum sebesar 0,94. Rata-rata untuk variabel *corporate social responsibility* adalah sebesar 0,8435 dengan standar deviasi sebesar 0,04643.
2. Variabel *good corporate governance* yang diproksikan dengan *corporate governance perception index* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,56 dan nilai maksimum sebesar 0,85. Rata-rata untuk variabel *good corporate governance* adalah sebesar 0,6827 dengan standar deviasi sebesar 0,06673.
3. Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to earning ratio* menunjukkan nilai minimum sebesar -113,10 dan nilai maksimum sebesar 168,72. Rata-rata untuk variabel nilai perusahaan adalah sebesar 20,8885 dengan standar deviasi sebesar 37,33231.

4.1.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 Secara Simultan.

4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji hipotesis maka sebelumnya dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

4.1.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik *Normal Probability Plot*. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Asymp Sig* pada uji *Kolmogorov-Smirnov* jika lebih besar 0,05 maka data dinyatakan normal sedangkan jika hasil *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual tidak normal. Berikut tabel uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 4. 5 Uji Normalitas One-Sample *Kolmogorov-Smirnov* Test

		TOTAL
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.4147
	Std. Deviation	37.34566
Most Extreme Differences	Absolute	.206
	Positive	.206
	Negative	-.200
Test Statistic		.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155 ^c

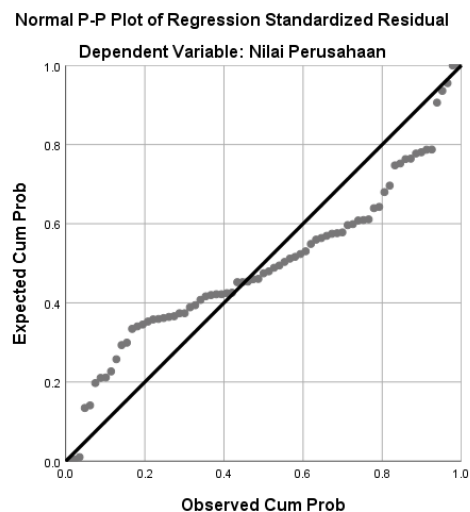
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,155 artinya lebih besar dari 0,05, karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4. 4 Uji Normalitas *P-Plot*

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan gambar 4.4 normalitas menggunakan *p-plot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang menggambarkan data penelitian yang akan digunakan bisa dikatakan menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak terpecar jauh dari garis diagonal. Maka hasil ini menunjukkan bahwa data yang akan di regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal atau dikatakan bahwa persyaratan normalitas data bisa dipenuhi.

4.1.2.1.2 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) harus kurang dari 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0.1 berikut ini hasil pengujian asumsi multikolinieritas.

Tabel 4. 6 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Corporate Social Responsibility</i>	.989	1.011
	<i>Good Corporate Governance</i>	.989	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2022

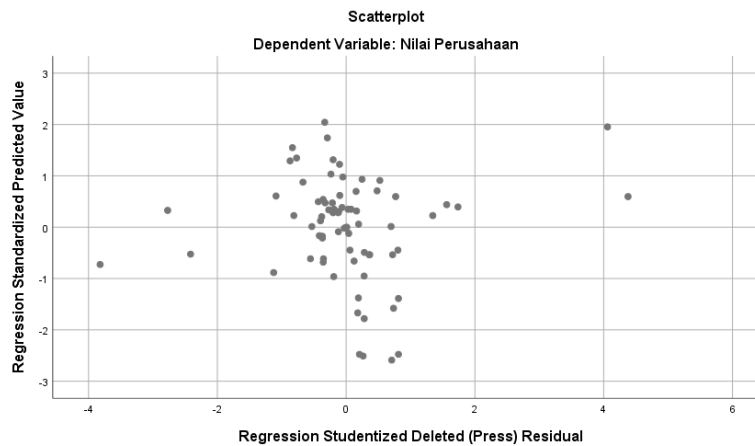
Berdasarkan tabel *output* di atas, menunjukkan nilai *Tolerance* untuk seluruh variabel bebas lebih dari 0.10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) seluruh variabel bebas kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam regresi.

4.1.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan analisis Grafik *Scatterplot* dan dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur) bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini dilampirkan grafik *Scatterplot* untuk menganalisis apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*).



Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

Sumber: Data diolah, 2022

Dari gambar di atas *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data yang diteliti tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada model regresi.

4.1.2.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan-kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *Durbin Watson (DW test)*.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$d_L \leq d \leq d_U$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Decision</i>	$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_U < d < 4 - d_U$

Sumber : Ghozali (2018:112)

Adapun hasil dari uji autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson*, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.819 ^a	.672	.625	36.85545	.652	1.964	2	72	.148	.918

a. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.7 dapat diketahui nilai *Durbin Watson* (d) sebesar 0,918. Untuk dapat membandingkan nilai d tersebut, maka selanjutnya mencari nilai tabel *Durbin-Watson* pada signifikansi 5% dengan rumus (k;n). adapun “k” yang dimaksud adalah jumlah variabel independen dan “n”

yang dimaksud adalah jumlah sampel yang diteliti. Dalam penelitian ini jumlah “k” atau variabel independen yaitu 2 dan jumlah “n” atau sampel yang diteliti yaitu 75 sampel. Maka $(k;n) = (3;75)$, angka tersebut dapat dilihat pada distribusi nilai tabel *Durbin-Watson*, karena nilai *Durbin-Watson* berada -2 sampai dengan 2 maka tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi. Artinya variabel-variabel independen dalam penelitian ini tidak terganggu atau terpengaruh oleh variabel pengganggu.

4.1.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai-nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negative. Hasil analisis linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.203	.474		2.537	.112
CSR	.931	.306	.625	3.042	.005
GCG	.495	.173	.517	2.828	.014

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda antara CSR yang diukur dengan CSRij, kemudian GCG diukur dengan CGPI dan nilai

perusahaan diukur dengan PER. Perhitungan regresi linear berganda dihitung sebagai berikut:

$$Y = 1.203 + 0.931X_1 + 0.495X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta (α) nilai konstanta sebesar 1.203 menunjukkan bahwa jika nilai *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sama dengan nol, maka nilai perusahaan sebesar 1.203 dengan kata lain jika *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sangat rendah maka perusahaan cenderung melakukan nilai perusahaan.
- b. Koefisien regresi (β_1) bernilai positif sebesar 0.931 menunjukkan bahwa setiap bertambahnya *corporate social responsibility* sebesar 1% maka diprediksi akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.931.
- c. Koefisien regresi (β_2) bernilai positif 0.495 menunjukkan bahwa setiap bertambahnya *good corporate governance* sebesar 1% maka diprediksi akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.495.

4.1.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil perhitungan analisis koefisien determinasi sebagai berikut:

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti.

Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.819 ^a	.672	.625	36.85545	.652	1.964	2	72	.148	.918

a. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa *R Square* sebesar 0.672 nilai tersebut menunjukkan dalam memberikan kontribusi atau pengaruh yang dikenal dengan istilah Koefisien Determinasi (KD) dihitung dari mengkuadratkan koefisien korelasi:

$$KD = R^2 \times 100\% = (0.819)^2 \times 100\% = 67.2\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan sebesar 67.2%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 67.2\% = 32.8\%$ merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

4.1.2.4 Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan)

Pengujian hipotesis simultan (Uji F) untuk mengetahui apakah secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya. Uji F dapat dilakukan dengan nilai signifikan F pada *output* hasil regresi, tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F disebut juga dengan *analysis of Variance* (ANOVA). Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikan pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Tabel 4. 11 Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5334.581	2	2667.291	11.964	.000 ^b
	Residual	97799.332	72	1358.324		
	Total	103133.913	74			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*

Sumber: Data diolah, 2022

$H_0 = 0$: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_a \neq 0$: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

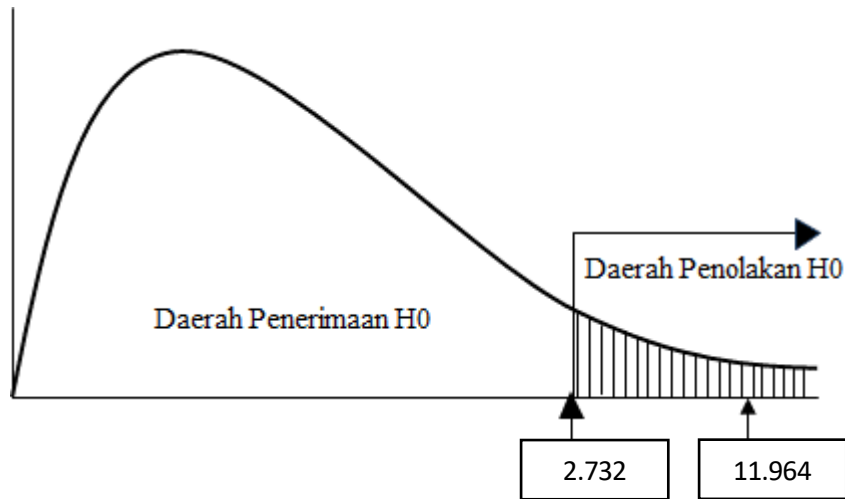
Ada dua acara yang dapat digunakan untuk menentukan hipotesis penelitian secara simultan ditolak atau diterima yaitu dengan membandingkan tingkat signifikan atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika pengujian

didasarkan pada perbandingan tingkat signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (berpengaruh). Namun jika nilai tingkat signifikan $> 0,05$ maka hipotesis tersebut ditolak (tidak berpengaruh). Selain menggunakan perbandingan tingkat signifikan, uji F dilakukan berdasarkan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Kriteria :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $<$ tingkat signifikansi (0,05) maka H_0 ditolak atau H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $>$ tingkat signifikansi (0,05) maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari hasil perhitungan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* dengan uji secara simultan diperoleh bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 11.964. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tabel distribusi F yang dapat dilihat pada *Microsoft Excel* nilai f (lampiran nilai f terlampir) dengan rumus sebagai berikut ($N-F-1=75-2-1=72$) sebesar 2.732. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 11.964 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2.732 sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif secara simultan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 4. 6 Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho

4.1.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 Secara Parsial.

4.1.3.1 Uji Statistik t (Uji Signifikansi Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 12 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.203	.474		2.537	.112					
CSR	.931	.306	.625	3.042	.005	.627	.624	.624	.989	1.011
GCG	.495	.173	.517	2.828	.014	.545	.517	.517	.989	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2022

$H_0 = 0$: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

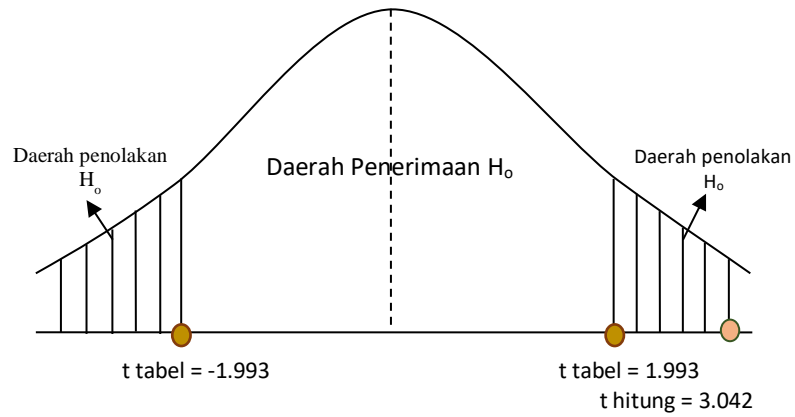
$H_a \neq 0$: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kriteria :

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tolak H_0 jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$
2. Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau H_0 jika $t_{hitung} > -t_{tabel}$

Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t yang dapat dilihat pada *Microsoft Excel* nilai t (lampiran nilai t terlampir) dengan rumus sebagai berikut ($N-F-1=75-1-1=73$) sebesar 1.993.

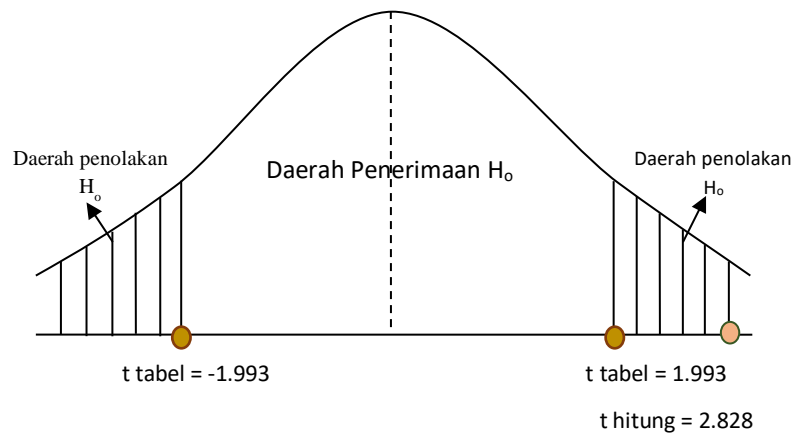
- a. Untuk variabel *corporate social responsibility* nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar $3.042 > t_{tabel}$ sebesar 1.993 sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya berpengaruh signifikan dan positif.



Gambar 4. 7 Grafik Penolakan dan Penerimaan H_0

Sumber: Data diolah, 2022

- b. Untuk variabel *Good Corporate Governance* nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar $2.828 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1.993 sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya berpengaruh signifikan dan positif.



Gambar 4. 8 Grafik Penolakan dan Penerimaan H_0

Sumber: Data diolah, 2022

4.2 Pembahasan

4.2.1 Perkembangan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

4.2.1.1 Perkembangan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2021.

Berdasarkan data tabel 4.1 dan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa *corporate social responsibility* yang diproksikan oleh *corporate social responsibility index* perusahaan j setiap perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 berfluktuasi. Secara lebih jelas, perkembangan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman dari tahun 2017 sampai 2021 adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2017, perusahaan dengan *corporate social responsibility* tertinggi adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sebesar 88.61% sedangkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* terendah tahun 2017 adalah PT. Siantar Top Tbk (STTP) sebesar 72.15%.
2. Pada tahun 2018, perusahaan dengan *corporate social responsibility* tertinggi adalah PT. Prashida Aneka Niaga Tbk (PSDN) sebesar 91.14% sedangkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* terendah tahun 2018 adalah PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) sebesar 73.42%.

3. Pada tahun 2019, perusahaan dengan *corporate social responsibility* tertinggi adalah PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk (ROTI) sebesar 93.67% sedangkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* terendah tahun 2019 adalah PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) sebesar 79.75%.
4. Pada tahun 2020, perusahaan dengan *corporate social responsibility* tertinggi adalah PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) sebesar 92.41% sedangkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* terendah tahun 2020 adalah PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA) sebesar 73.42%.
5. Pada tahun 2021, perusahaan dengan *corporate social responsibility* tertinggi adalah PT. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) sebesar 93.67% sedangkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* terendah tahun 2021 adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sebesar 75.95%.

Secara keseluruhan rata-rata CSR setiap tahun nya berfluktuasi. Rata-rata di tahun 2017 sebesar 82.19% yang mengalami peningkatan di tahun 2018 sebesar 1.86% menjadi 84.05%, sedangkan pada tahun 2019 mengalami peningkatan kembali dari tahun 2018 yaitu sebesar 2.03% menjadi 86.08%. pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 1.18% dari tahun 2019 menjadi 84.89%. lalu, pada tahun 2021 mengalami penurunan kembali dari tahun 2020 sebesar 0.34% menjadi 84.56%. Rata-Rata CSR tertinggi dimiliki oleh PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) yaitu sebesar 88.10%, dan nilai rata-rata terkecil dimiliki oleh PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) yaitu sebesar 79.24%.

Nilai rata-rata *corporate social responsibility* yang tinggi menggambarkan perusahaan telah melaksanakan beberapa kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan hidup, pengembangan sosial dan ekonomi. Nilai rata-rata *corporate social responsibility* yang rendah menggambarkan perusahaan dalam mengembangkan kegiatan lingkungan, sosial dan ekonomi yang dilaksanakannya lebih sedikit. Perusahaan tidak bisa mempertahankan atau bahkan meningkatkan kinerjanya untuk menjadi lebih baik, dengan masih kurangnya rasa kepedulian yang besar terhadap aspek lingkungan, ekonomi dan sosial. Karena jika perusahaan tersebut memiliki rasa kepedulian yang besar, maka akan meningkatkan citra perusahaan dengan melakukan berbagai hal atau kegiatan yang mendukung dengan aspek lingkungan, sosial dan ekonomi kepada masyarakat.

Nilai CSR yang diukur dengan *corporate social responsibility index* perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan dimensi lingkungan, sosial dan ekonomi dalam operasi bisnisnya yang saling berinteraksi dengan pemangku kepentingan atau disebut juga dengan *stakeholder*, masyarakat dan lingkungannya. Dengan tetap menjaga agar dampak-dampak tersebut tetap menyumbang manfaat dan bukan merugikan bagi para *stakeholder*-nya, perusahaan harus menjadikan komitmen dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang diambil dari perusahaan yang menyangkut dengan kegiatan bisnisnya. Sehingga dengan menerapkan CSR perusahaan tidak hanya mengejar profit dalam jangka pendek saja melainkan turut serta memberikan peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dan perusahaan dapat beroperasi dalam jangka panjang.

4.2.1.2 Perkembangan *Good Corporate Governance* pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.

Berdasarkan data tabel 4.2 dan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa *good corporate governance* yang diproksikan dengan Nilai CGPI *corporate governance perception index* setiap perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 berfluktuasi. Secara lebih jelas, perkembangan *good corporate governance* pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman dari tahun 2017 sampai 2021 adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2017, perusahaan dengan *good corporate governance* tertinggi adalah PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) sebesar 79.91% sedangkan perusahaan dengan *good corporate governance* terendah tahun 2017 adalah PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk (ROTI) sebesar 56.71%
2. Pada tahun 2018, perusahaan dengan *good corporate governance* tertinggi adalah PT. Sekar Laut Tbk (SKLT) sebesar 80.91% sedangkan perusahaan dengan *good corporate governance* terendah tahun 2018 adalah PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) sebesar 59.57%.
3. Pada tahun 2019, perusahaan dengan *good corporate governance* tertinggi adalah PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) sebesar 80.75% sedangkan perusahaan dengan *good corporate governance* terendah tahun 2019 adalah PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) sebesar 58.04%.

4. Pada tahun 2020, perusahaan dengan *good corporate governance* tertinggi adalah PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) sebesar 81.25% sedangkan perusahaan dengan *good corporate governance* terendah tahun 2020 adalah PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) sebesar 56.46%.
5. Pada tahun 2021, perusahaan dengan *good corporate governance* tertinggi adalah PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) sebesar 85.11% sedangkan perusahaan dengan *good corporate governance* terendah tahun 2021 adalah PT. Prashida Aneka Niaga Tbk (PSDN) sebesar 58.14%.

Secara keseluruhan rata-rata *good corporate governance* setiap tahun nya berfluktuasi, ini disebabkan karena sebagian perusahaan meningkatkan tata kelola perusahaan yang baik dengan supervise atau monitoring kinerja perusahaan terhadap *stakeholder*. Rata-rata di tahun 2017 sebesar 68.03% yang mengalami peningkatan di tahun 2018 sebesar 0.53 menjadi 68.56%, pada tahun 2019 terjadi penurunan dari tahun 2018 sebesar 0.18% sebesar 68.38%. pada tahun 2020 terjadi penurunan kembali dari tahun 2019 sebesar 0.38 menjadi 68.01%. Lalu pada tahun 2021 terjadi peningkatan kembali dari tahun 2020 sebesar 0.04% menjadi 68.05%. Rata-Rata *good corporate governance* tertinggi dimiliki oleh PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk (ULTJ) yaitu sebesar 79.04% dan nilai rata-rata terkecil dimiliki oleh PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) yaitu sebesar 59.12%.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi perusahaan mengungkapkan penerapan GCG di dalam perusahaan maka akan menumbuhkan rasa kepercayaan

kepada para *stakeholder*. Nilai rata-rata GCG yang rendah menggambarkan rendahnya penerapan tata kelola yang baik di perusahaan. GCG yang baik dapat menciptakan sebuah struktur yang membantu perusahaan dalam menerapkan sasaran dan menjalankan kegiatan usahanya. GCG dapat memastikan perusahaan beroperasi secara aman, sehat dan mematuhi hukum atau peraturan-peraturan yang ada di dalam perusahaan.

Nilai *good corporate governance* yang diukur dengan *corporate governance perception index* menunjukkan untuk mendorong perusahaan agar meningkatkan kualitas perusahaan dalam penerapan GCG dengan melaksanakan evaluasi dan *benchmarking* sebagai upaya perbaikan yang berkesinambungan. Karena apabila penerapan *good corporate governance* baik maka *stakeholder* akan percaya untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut.

4.2.1.3 Perkembangan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.

Berdasarkan data tabel 4.3 dan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa nilai perusahaan yang diprosikan oleh *price to earning ratio* (PER) setiap perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 berfluktuasi. Secara lebih jelas, perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman dari tahun 2017 sampai 2021 adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2017, perusahaan dengan nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) sebesar 46.43 sedangkan perusahaan dengan nilai

- perusahaan terendah tahun 2017 adalah PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) sebesar -13.62.
2. Pada tahun 2018, perusahaan dengan nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) sebesar 86.77 sedangkan perusahaan dengan nilai perusahaan terendah tahun 2018 adalah PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) sebesar -27.38.
 3. Pada tahun 2019, perusahaan dengan nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) sebesar 168.72 sedangkan perusahaan dengan nilai perusahaan terendah tahun 2019 adalah PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) sebesar -113.10.
 4. Pada tahun 2020, perusahaan dengan nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) sebesar 71.32 sedangkan perusahaan dengan nilai perusahaan terendah tahun 2020 adalah PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) sebesar -73.22.
 5. Pada tahun 2021, perusahaan dengan nilai perusahaan tertinggi adalah PT. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) sebesar 165.71 sedangkan perusahaan dengan nilai perusahaan terendah tahun 2021 adalah PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) sebesar -68.97.

Secara keseluruhan rata-rata nilai perusahaan setiap tahunnya berfluktuasi. Rata-rata di tahun 2017 sebesar 19.91 yang mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 2.31 menjadi 22.22, pada tahun 2019 terjadi penurunan dari tahun 2018 sebesar 40.19 menjadi 17.97, pada tahun 2020 mengalami peningkatan kembali dari tahun 2019 sebesar 1.66 menjadi 19.63. Lalu pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali dari tahun 2020 sebesar 5.08 menjadi 24.71. Rata-rata nilai

perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM) yaitu sebesar 75.41 dan nilai rata-rata terkecil dimiliki oleh PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) yaitu sebesar -59.26.

Rata-rata nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan nilai pasar yang meningkat, apabila harga saham meningkat otomatis nilai perusahaan juga meningkat itu akan menjadi nilai positif bagi para *stakeholder* karena hal tersebut menunjukkan bahwa banyak nya investor berspekulasi akan memperoleh return atas saham yang besar, sehingga membuat investor tertarik untuk berinvestasi. Nilai perusahaan yang rendah menunjukkan banyaknya investor yang berspekulasi akan memperoleh saham yang kecil, sehingga membuat sebagian investor yang tidak tertarik untuk berinvestasi.

Nilai perusahaan yang diukur dengan *price to earning ratio* dapat menunjukkan harga saham dari suatu laba yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan juga yaitu nilai yang menggambarkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya yang akan berdampak pada peningkatan keuntungan bagi para pemegang saham, yang dimana hal tersebut akan mencerminkan kemakmuran bagi para pemegang saham perusahaan.

4.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021 Secara Simultan.

Berdasarkan hasil pengujian *output* regresi Uji-F pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.000. nilai tersebut lebih kecil dari

tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$ ($0.000 < 0.05$). hipotesis ke 3 yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2021. Diketahui nilai F_{hitung} $11.964 > F_{tabel}$ 2.732 yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa semakin meningkatnya perusahaan menciptakan *corporate social responsibility* maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jika *corporate social responsibility* ini meningkat tinggi maka akan menunjukkan kesejahteraan suatu perusahaan, sehingga para investor pun banyak yang berkeinginan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dan *good corporate governance* yang menjadi faktor dalam meningkatkan nilai perusahaan, dengan prinsip-prinsip perusahaan akan meningkatkan *good corporate governance*.

Penerapan *good corporate governance* merupakan suatu tuntutan agar persaingan global yang semakin keras tidak sampai menindas banyak perusahaan yang ada. Prinsip-prinsip dasar dari *good corporate governance* mempunyai tujuan agar kinerja suatu perusahaan yang diukur dengan kinerja, pertumbuhan, struktur pembiayaan, perlakuan terhadap para pemegang saham, dan juga *stakeholder* yang dapat menjadikan sebagai dasar analisis dalam mengkaji *good corporate governance* di suatu perusahaan dengan memenuhi transparansi dan akuntabilitas

di dalam pengambilan keputusan yang sistematis dapat digunakan sebagai dasar dari pengukuran yang lebih akurat tentang kinerja perusahaan.

Selain *Good Corporate Governance*, hal yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility*. Beberapa tahun kebelakang ini perusahaan-perusahaan semakin sadar akan pentingnya penerapan dari program *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari strategi bisnis yang diterapkannya. Jadi perusahaan harus menganggap *corporate social responsibility* sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan dan pengungkapan *corporate social responsibility* juga dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Leni, (2014) menunjukkan bahwa *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtarudin, Relasari, dan Messa, (2014) menunjukkan bahwa *good corporate governance* dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Lalu penelitian oleh Berly Dedesti, (2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Cici Dianawati, (2016) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Sulistia Melani, (2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Desita Karina, (2020) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan Rika Mei Saputri, (2021)

menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021 Secara Parsial.

4.2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dan dirangkum pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan oleh *corporate social responsibility index* perusahaan j memiliki signifikan sebesar 0.005. nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 ($0.005 < 0.05$). Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima. Maka dapat disimpulkan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, arah hubungan dari penelitian ini memiliki arah positif. Adanya pengaruh positif antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dikarenakan banyaknya kegiatan sosial, lingkungan dan ekonomi atau program-program akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan selalu meningkat apabila perusahaan melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kewajiban perusahaan dimana bertujuan untuk memberikan informasi atau menjamin keberlanjutan

perusahaan bukan hanya dalam jangka waktu pendek tetapi juga dalam jangka waktu yang panjang. *Corporate Social Responsibility* mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan memperoleh berbagai manfaat diantaranya yaitu untuk menarik para investor dan meningkatkan citra dari perusahaan tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan dapat menjadi nilai tambah yang diharapkan akan meningkatkan para investor. Tidak hanya investor, konsumen akan lebih menghargai perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Karena ketika konsumen membeli produk perusahaan tersebut, maka konsumen merasa ikut berpartisipasi dalam membantu kepentingan sosial lingkungan.

Corporate Social Responsibility erat kaitannya dengan nilai perusahaan, dimana perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya dan lingkungannya akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan. *Stakeholder* atau pemangku kepentingan akan lebih tertarik dengan perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya daripada perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hal ini akan membawa pengaruh baik bagi perusahaan dengan meningkatnya peminat investor terhadap perusahaan, sehingga nilai pasar perusahaan tersebut meningkat. Nilai perusahaan akan meningkat karena investor lebih memperhatikan perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Hal ini berkaitan dengan teori *stakeholder* yaitu menjelaskan *stakeholder* ini dapat memberikan dasar bahwa suatu manfaat bagi para *stakeholdernya*, manfaat tersebut yaitu dapat berupa penerapan program *corporate social responsibility*. Penerapan program *corporate social responsibility* pada perusahaan

diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan dan masyarakat, sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan dan sosial di sekitarnya. Oleh karena itu, dapat menciptakan peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini mendukung hasil yang dilakukan oleh Elsa Puspitasari, (2016) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putra, (2021) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Marchall Tondi, (2021) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan Yunetri, (2020) *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian-penelitian di atas yang menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara positif kepada nilai perusahaan, secara umum berarti bahwa semakin banyak instrument atau item *corporate social responsibility* yang diungkapkan perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut.

4.2.3.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dan dirangkum pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* memiliki nilai signifikan sebesar 0.014. nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0.05 ($0.014 < 0.05$). Hipotesis ke 2 yang menyatakan bahwa *good corporate governance*

berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima. Maka dapat disimpulkan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, arah hubungan dari penelitian ini memiliki arah yang positif. Adanya hubungan positif antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dikarenakan esensi *good corporate governance* yaitu meningkatkan nilai perusahaan melalui supervise atau monitoring kinerja manajemen.

Good Corporate Governance ini terdiri dari seperangkat sistem atau peraturan yang mengukur antar hubungan *stakeholder* perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. *Stakeholder* disini dimaksudkan kepada investor, dewan direksi, dewan komisaris dan sebagainya. Manfaat penerapan *good corporate governance* bagi perusahaan adalah seperti meningkatkan kinerja perusahaan, mengembalikan dan menambah kepercayaan investor sehingga investor akan merasa puas dengan kinerja perusahaan dan kemakmuran yang mereka dapat sebagai imbal hasil dari investasinya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Leni, (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hadiwijaya, (2016) menunjukkan bahwa yang menemukan hasil bahwa *good corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. Reny Dyah Retno, (2012) menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nirmalasari Saenong, (2017) menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017-2021. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan nilai perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman masing-masing memiliki nilai yang berfluktuasi. *Corporate social responsibility* tertinggi dimiliki oleh PT. Sekar Laut Tbk, *good corporate governance* tertinggi dimiliki oleh PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, dan nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT. Sekar Bumi Tbk.
2. Secara simultan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. Besarnya pengaruh *corporate social responsibility* dalam memberi kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan lebih besar dari *good corporate governance* sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

3. secara parsial *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. Sesuai dengan teori yang ada, dimana suatu teori yang menghubungkan antara beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu CSR dan GCG. Apabila perusahaan menerapkan CSR dan GCG dengan baik maka nilai perusahaan juga akan semakin baik, maka dapat diambil kesimpulan bahwasanya CSR dan GCG memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis bermaksud mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, yaitu diharapkan tidak terpaku hanya pada variabel yang ada dalam penelitian ini, namun dapat menambahkan variabel lainnya yang sekiranya memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan subjek penelitian lainnya seperti perusahaan di sektor lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta disarankan menggunakan periode penelitian dengan rentang waktu yang lebih panjang atau tahun yang terbaru. Hal-hal tersebut dimaksud agar memberikan gambaran yang luas dan terkini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di suatu perusahaan.

2. Bagi investor, yaitu diharapkan investor yang akan berinvestasi di perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat selalu mempertimbangkan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sebagai dasar untuk mengambil keputusan saat akan menanamkan sahamnya di perusahaan.
3. Bagi perusahaan, yaitu dapat meningkatkan nilai perusahaannya dengan melakukan kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi dan lingkungan yang konsisten agar diharapkan perusahaan sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia atau perusahaan lainnya dapat memaksimalkan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sebagai acuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Satya, Y. (2016), Pengaruh Biaya *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akademik*, Vol. 11 No. 2. hlm. 171-186.
- Adityo. (2012), Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*. Beta, Firm Size, Dan Book To Market Ratio Terhadap Return Saham Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2010-2011. *E-Journal Fakultas Ekonomi UNDIP*, Semarang. Vol. 1 No. 2. hlm 65-75.
- Agustine, I. (2014), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA*, Vol.2 No. 1. hlm. 39-45.
- Ainy, Rintan, N., dan Barokah, Zuni. (2019), *Corporate Governance, Environmental Responsibility and Firm Value: An Empirical Study In Indonesia and Malaysia*, Vol. 20 No. 2. hlm. 87-98
- Ajeng, A.H. (2018), Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol. 1 No.1. hlm. 98.110
- Amira, N.A., & Haryono, N.A. (2017), *Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Sosial Responsibility: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 20 No. 2. hlm. 111-130
- Anindyati, Sarwindah, U. (2011), Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. Universitas Jember. Vol. 1 No. 1. hlm. 98-120
- Anwar. (2010), Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Harga Saham, Dalam Skripsi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Apliliyanti, V. (2018), Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility*, dan Firm Size Nilai Perusahaan Dengan Profitability Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist* Vol. 2 No. 1, hlm 82-96.
- Dedesti, Berly (2017), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Crowther, David (2010) *Corporate Social Responsibility*. Gulen Aras & Ventus Publishing Aps.

- Dian, Putri, P. (2013), Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility*, Vol. 2 No. 2. hlm 99-112,
- Dianawati. Cici (2016), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 1
- Draft ISO 26000, *Guidance Standard on Social Responsibility 2009*, Global Reporting Initiatives (GRI) G4.
- Effendi, Muh., Arief. (2016), *The Power Of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*, Edisi 2. Jakarta: Selemba Empat.
- Elsa, Puspitasari. (2016), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi, Vol. 1 No.1. hlm 78-99.
- Freeman, R.E., & Dmytiyev,S. (2017), *Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other: Symphony A Emerginf Issues in Managemenr*, Vol. 2, hlm. 7-15.
- Fitrah, M., dan Luthfiyah. (2017), *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitas, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ghozali, I. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hadianto, M.L. (2013), Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. Dalam Skripsi. Semarang: Fakultas Akonomi UNDIP.
- Hadiwijaya. (2016), Effect Of *Capital Structure* and *Corporate Governance* on *Firm Value*, *Journal Of Accounting and Business Studies*, Vol.1 No.1. hlm. 77.98.
- Homan, H.S. (2019), Peran Kinerja Lingkungan Dalam Memoderasi Pengungkapan CSR Terhadap Earnings Response Coefficients, *Jurnal STIE Ekuitas*. Vol. 16 No. 1. hlm 1-7.
- Indrarini, S. (2019), *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Corporate Governance dan Kebijakan Perusahaan)*, Surabaya: Scopindo.
- Irawan, D., & Nurhadi, K. (2019), Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, Vol. 12 No. 1, hlm 66-81.
- Jogiyanto, H. (2017), *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* Edisi 11, Yogyakarta: BPFE.

- Karina, Desita. (2020), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Pemoderasi, *Jurnal Akuntansi*, UMB Yogyakarta, Vol. 6, No. 1.
- Laili, C.N., Djazuli, A, & Indrawati, N.K. (2018), Pengaruh Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 1 No. 2. hlm. 45-65.
- Leni, Yulianti. (2014), Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 2 No.2. hlm 34-55.
- Leki, R., dan Christiawan, Y.J. (2013), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Penjualan dan Biaya Operasional Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011, *Bussiness Accounting Review* Vol.1 No. 2. hlm 77-88.
- Lindawati, A.S., & Puspita, M.E, (2015), *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL) Universitas Ma Chung*, Vol. 6 No. 1, hlm 157-174.
- Marchall, Tondi. S.P (2021), Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi, Vol. 32 No. 5. 1-12
- Marius, M.E., & Masri, I. (2017), Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, *Konferensi Ilmial Akuntansi IV*, 1(2), 1-22.
- Mardikanto, T. (2014), *Corporate Social Responsibility* (TanggungJawab Sosial Korporasi), Bandung : Alfabeta.
- Melani, Sulistia. (2017) Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 6, No. 10.
- Mukhtaruddin., Relasari., dan Messa, F. (2014), Mekanisme *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Keuangan dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 1. Palembang. 6-18.
- Mukhtaruddin. (2019), Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi dan Management*, Vol. 3 No.1. 1-14.
- Murtia, P.E.M., dan Putra, I.M.P.D. (2018), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan

Leverage sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 23 No. 2. 1-12.

Nirmalasari, S. (2017), Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Makassar.

Nuryana, Ida. (2015), Analisis Portofolio Saham Dengan Metode Indeks Tunggal Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di BEI. Vol. 3 No. 1. hlm. 66-78.

Nuryana. (2015), *Pengaruh Good Corporate Governenca Pada Hubungan Antara Report dan Nilai Perusahaan*. Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 1 (1).

Oemar, Fahmi. (2014), Pengaruh *Corporate Governance* dan keputusan Pendanaan Perusahaan Terhadap Kinerja Profitabilitas dan Implikasinya Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmial Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No.2 September, hlm 369-402.

Pedoman Penyusunan dan Penulisan Skripsi STIE EKUITAS, Tahun Akademik 2019/2020, Bandung: STIE EKUITAS.

Pratiwi, N. P., Yudiaatmaja, F., & Suwendra, I. W.(2016), Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, Vol. 23 No. 2, hlm 1-7

Pristianingrum, Nurfina. (2017), Pengaruh Ukuran, Profitabilitas Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Prosiding Seminar Nasional dan Call For paper Ekonomi dan Bisnis*.

Puspitasari, Elsa. (2016), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. *E-Journal*, Vol. 1 No.1. hlm 45-68.

Putra, Marchall, T.S. (2021), Pengaruh Pengungkapan *Corporate Socil Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi. Vol 32. No 5. *E-Jurnal Akuntansi*. hlm 36-45.

Radjab, E., & Jam'an, A. (2017), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Ramdhonah, Z., Solikin, I, & Sari, M. (2019), Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang

Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2017), *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* Vol. 7 No.1, hlm 67-82.

Rahmi, S. (2020), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Vol. 19 No.1. hlm 66-76.

Rakhman, Hakim, A. (2018), Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan, Vol. 2 No. 2. hlm 32-45.

Reny, Dyah, Retno, M. (2012), Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 1 No. 1. hlm 22-34.

Riswari, DyahArdana., dan Cahyonowati, Nur. (2012), Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Moderating: Studi pada Perusahaan Publik Non Financial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia, Diponegoro, *Journal of Accounting*, Vol. 1 No. 1, hlm 1-12.

Rokhlinasari, S. (2015), Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Perbankan, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, Vol.7 No. 1, hlm 1-10.

Rofika, (2016), Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) Dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan, Vol. 2 No. 1, hlm 27-36.

Rusdiyanto., Susetyorini., & Elan U. (2019), *Good Corporate Governance*. Bandung: Refika.

Rustam, Bambang Rianto. (2017), *Manajemen Risiko: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Jakarta: Selemba Empat.

Saputri, Rika Mei. (2021) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Universitas Muhammadiyah*.

Shefrin, H. (2018), *Behavioral Corporate Finance (Second)*. Yogyakarta.

Sekaran, U. dan Bougie, R. (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 6. Jakarta: Selemba Empat.

Senda, F.D. (2013), Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden, Profitabilitas, Leverage Financial Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmial Mahasiswa Manajemen* 2.3.

- Sugiyono. (2015), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, , dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, M.C., dan Ardini, L. (2016), Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Jurnal Ilmu dan Riset akuntansi*, Vol.5 No. 7. hlm 25-38.
- Syamsudin, F. R., Mas'ud, M., & Wahid, M. (2021), Pengaruh Solvabilitas, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Tetdaftar di BEI Periode 2015-2018, *Profitability: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 5 No. 1, hlm 98-136.
- Ulum, I. (2017), *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. Edisi 3. Malang.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT).
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 15 dan 34.
- Wahyuningrum, Yuniarti. (2015), Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat Pada PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling. Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.1 No.5. Malang.Universitas Brawijaya.
- Wardhani (2013), Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen Universitas Bangka Belitung* Vol. 12 No. 1.
- Wahyu, D. D., & Mahfud, M. K. (2018), Analisis Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets, Total Assets Turnover, Earning Per Share, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2016, *Diponegoro Journal Of Management* Vol. 7 No. 2, hlm 1-11.
- Widyawati, A. (2014), Pengaruh Profitabilitas, Dividend Payout Ratio Dan *Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*, Vol. 2 No. 3. hlm 78-98.
- www.Bekasiekspres.com, diunduh pada tanggal 16 November 2022.
- www.cnnindonesia.com, diunduh pada tanggal 16 November 2022

www.idx.co.id, diunduh pada tanggal 10 November 2022

www.IICG.org, diunduh pada tanggal 15 November 2022

www.kontan.co.id, diunduh pada tanggal 5 November 2022

www.manadopostonline.com, diunduh pada tanggal 7 November 2022

www.globalreporting.org, diunduh pada tanggal 17 November 2022

Yunetri. (2020), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri*. Bukit Tinggi. Vol. 1 No. 1. hlm 87-99.

Yusra Muhammad. (2019), Pengaruh Frekuensi Perdagangan, Trading Volume, Nilai Kapasitas Pasar, Harga Saham Dan Trading Day Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 7 No.1. hlm 65-74.

Zou, J. (2019), Improvement Of *Corporate Governance Structure* and Implementation of Accounting Standards, *Jurnal of Social Sciences*, 07(01), 43-50.

Zulfa, Inga. (2012), Pengaruh Rentabilitas, Likuiditas, Kecukupan Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Perbankan, Vol. 1 No. 2. hlm 22-34.

Zulkarnain Putra, A. D., Ali, M., & Aswan, A. (2019), Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2015. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Populasi Perusahaan

No	Kode	Nama Emiten
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk, PT
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk., PT
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk., PT
6	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk., PT
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk, PT
8	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk., PT
9	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk., PT
10	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk., PT
11	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk, PT
12	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
13	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk
14	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
15	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk, PT
16	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT
17	MYOR	Mayora Indah Tbk, PT
18	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk., PT
19	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk
20	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk, PT
21	PSGO	Palma Serasih Tbk., PT
22	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
23	SKBM	Sekar Bumi Tbk, PT
24	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT
25	STTP	Siantar Top Tbk, PT
26	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT

Lampiran 2 : Sampel Perusahaan

No		Nama Emiten
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk, PT
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT
4	DLTA	Delta Djakarta Tbk, PT
5	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk, PT
6	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
7	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
8	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT
9	MYOR	Mayora Indah Tbk, PT
10	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk, PT
11	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
12	SKBM	Sekar Bumi Tbk, PT
13	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT
14	STTP	Siantar Top Tbk, PT
15	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT

Lampiran 3 : Tabel Perhitungan CSR, GCG dan Nilai Perusahaan

Kode	Tahun	Jumlah Item Diungkapkan	Total Items	CSRij	Struktur Governansi	Proses Governansi	Hasil Governansi	CGPI	Harga Saham	Earning Per Share	PER
AISA	2017	67	79	84.81%	19.29%	34.38%	22.50%	76.16%	168.00	(25.00)	-6.72
	2018	64	79	81.01%	19.43%	35.00%	22.50%	76.93%	168.00	(38.35)	-4.38
	2019	71	79	89.87%	18.43%	35.00%	22.50%	75.93%	168.00	352.00	0.48
	2020	66	79	83.54%	18.43%	35.00%	23.00%	76.43%	390.00	243.00	1.60
	2021	64	79	81.01%	17.43%	31.25%	22.75%	71.43%	192.00	94.00	2.04
ALTO	2017	69	79	87.34%	17.43%	31.50%	23.00%	71.93%	388.00	(28.49)	-13.62
	2018	63	79	79.75%	17.14%	31.38%	23.25%	71.77%	400.00	(14.61)	-27.38
	2019	64	79	81.01%	16.57%	28.00%	22.25%	66.82%	380.00	(3.36)	-113.10
	2020	68	79	86.08%	16.71%	27.63%	22.00%	66.34%	350.00	(4.78)	-73.22
	2021	65	79	82.28%	15.29%	28.00%	23.00%	66.29%	280.00	(4.06)	-68.97
CEKA	2017	58	79	73.42%	16.14%	23.75%	22.75%	62.64%	1,290.00	181.00	7.13
	2018	58	79	73.42%	16.57%	20.00%	23.00%	59.57%	1,375.00	156.00	8.81
	2019	65	79	82.28%	15.29%	19.50%	23.25%	58.04%	1,050.00	362.00	2.90
	2020	66	79	83.54%	14.71%	19.50%	22.25%	56.46%	1,785.00	306.00	5.83
	2021	66	79	83.54%	17.00%	19.88%	22.00%	58.88%	1,880.00	314.00	5.99
DLTA	2017	61	79	77.22%	16.29%	20.00%	22.50%	58.79%	4,590.00	349.00	13.15

Kode	Tahun	Jumlah Item Diungkapkan	Total Items	CSRIj	Struktur Governansi	Proses Governansi	Hasil Governansi	CGPI	Harga Saham	Earning Per Share	PER
	2018	69	79	87.34%	17.14%	20.00%	22.50%	59.64%	5,500.00	422.00	13.03
	2019	69	79	87.34%	18.00%	19.63%	22.50%	60.13%	6,800.00	397.00	17.13
	2020	58	79	73.42%	17.71%	23.25%	22.50%	63.46%	4,400.00	155.00	28.39
	2021	68	79	86.08%	17.43%	23.38%	22.50%	63.30%	3,740.00	235.00	15.91
HOKI	2017	65	79	82.28%	18.14%	23.63%	23.00%	64.77%	715.00	24.00	29.79
	2018	68	79	86.08%	17.57%	23.38%	22.75%	63.70%	730.00	38.00	19.21
	2019	66	79	83.54%	17.29%	23.75%	23.00%	64.04%	940.00	44.00	21.36
	2020	70	79	88.61%	17.29%	20.00%	23.25%	60.54%	756.00	15.90	47.55
	2021	74	79	93.67%	17.14%	20.00%	22.25%	59.39%	232.00	1.40	165.71
ICBP	2017	70	79	88.61%	17.00%	20.00%	29.50%	66.50%	8,900.00	326.00	27.30
	2018	68	79	86.08%	17.43%	20.00%	30.50%	67.93%	10,450.00	392.00	26.66
	2019	68	79	86.08%	17.43%	20.25%	30.25%	67.93%	10,775.00	432.00	24.94
	2020	68	79	86.08%	17.29%	20.13%	30.50%	67.91%	9,575.00	565.00	16.95
	2021	60	79	75.95%	17.00%	20.25%	30.75%	68.00%	8,700.00	548.00	15.88
INDF	2017	62	79	78.48%	16.71%	19.75%	29.75%	66.21%	7,625.00	473.00	16.12
	2018	66	79	83.54%	17.14%	19.88%	29.50%	66.52%	7,450.00	474.00	15.72
	2019	68	79	86.08%	17.29%	19.63%	30.00%	66.91%	7,750.00	559.00	13.86
	2020	69	79	87.34%	15.43%	24.00%	22.50%	61.93%	6,850.00	735.00	9.32
	2021	67	79	84.81%	17.00%	27.63%	22.50%	67.13%	6,325.00	870.00	7.27
MLBI	2017	68	79	86.08%	20.57%	27.75%	22.50%	70.82%	13,675.00	627.00	21.81
	2018	71	79	89.87%	19.29%	27.25%	23.00%	69.54%	16,000.00	581.00	27.54
	2019	65	79	82.28%	18.57%	27.38%	22.75%	68.70%	15,500.00	572.00	27.10
	2020	67	79	84.81%	20.00%	27.13%	29.25%	76.38%	9,700.00	136.00	71.32
	2021	68	79	86.08%	19.14%	27.50%	29.25%	75.89%	12,500.00	155.00	80.65
MYOR	2017	67	79	84.81%	17.71%	23.75%	20.00%	61.46%	2,020.00	71.00	28.45
	2018	61	79	77.22%	19.43%	27.50%	20.00%	66.93%	2,620.00	77.00	34.03
	2019	63	79	79.75%	18.00%	27.50%	20.00%	65.50%	2,050.00	89.00	23.03
	2020	65	79	82.28%	17.14%	27.50%	20.00%	64.64%	2,710.00	92.00	29.46
	2021	62	79	78.48%	17.00%	27.50%	20.00%	64.50%	2,040.00	53.00	38.49
PSDN	2017	63	79	79.75%	17.29%	27.50%	20.00%	64.79%	142.00	25.00	5.68
	2018	72	79	91.14%	18.14%	23.75%	20.00%	61.89%	155.00	33.00	4.70
	2019	73	79	92.41%	16.86%	23.75%	20.00%	60.61%	153.00	35.00	4.37
	2020	66	79	83.54%	16.00%	23.75%	20.00%	59.75%	130.00	30.00	4.33
	2021	70	79	88.61%	18.14%	20.00%	20.00%	58.14%	126.00	29.00	4.34
ROTI	2017	67	79	84.81%	16.71%	20.00%	20.00%	56.71%	1,275.00	27.66	46.10
	2018	65	79	82.28%	17.14%	27.50%	20.00%	64.64%	1,200.00	28.07	42.75
	2019	74	79	93.67%	19.57%	27.75%	20.00%	67.32%	1,300.00	49.29	26.37
	2020	70	79	88.61%	19.29%	23.88%	20.00%	63.16%	1,360.00	35.98	37.80
	2021	68	79	86.08%	20.57%	24.00%	20.00%	64.57%	1,360.00	46.11	29.49

Kode	Tahun	Jumlah Item Diungkapkan	Total Items	CSRIj	Struktur Governansi	Proses Governansi	Hasil Governansi	CGPI	Harga Saham	Earning Per Share	PER
SKBM	2017	65	79	82.28%	20.43%	23.50%	28.75%	72.68%	715.00	15.40	46.43
	2018	68	79	86.08%	19.71%	23.88%	28.50%	72.09%	695.00	8.01	86.77
	2019	69	79	87.34%	19.00%	23.50%	28.00%	70.50%	410.00	2.43	168.72
	2020	69	79	87.34%	18.86%	24.00%	28.00%	70.86%	324.00	5.99	54.09
	2021	70	79	88.61%	17.86%	23.50%	30.25%	71.61%	360.00	17.11	21.04
SKLT	2017	69	79	87.34%	18.29%	31.13%	30.50%	79.91%	1,100.00	34.00	32.35
	2018	69	79	87.34%	19.29%	30.88%	30.75%	80.91%	1,500.00	34.00	44.12
	2019	71	79	89.87%	17.00%	31.50%	29.75%	78.25%	1,610.00	65.00	24.77
	2020	73	79	92.41%	16.57%	31.63%	29.50%	77.70%	1,565.00	62.00	25.24
	2021	66	79	83.54%	18.43%	31.63%	22.50%	72.55%	2,420.00	123.00	19.67
STTP	2017	57	79	72.15%	18.29%	31.25%	22.50%	72.04%	4,360.00	185.66	23.48
	2018	65	79	82.28%	19.00%	30.88%	23.50%	73.38%	3,750.00	194.81	19.25
	2019	67	79	84.81%	19.57%	30.75%	24.00%	74.32%	3,200.00	368.41	8.69
	2020	64	79	81.01%	19.43%	30.88%	23.00%	73.30%	9,500.00	479.82	19.80
	2021	66	79	83.54%	19.43%	31.25%	23.25%	73.93%	9,700.00	477.98	20.29
ULTJ	2017	66	79	83.54%	20.86%	31.25%	23.00%	75.11%	1,295.00	61.00	21.23
	2018	69	79	87.34%	20.00%	31.25%	21.75%	73.00%	1,350.00	60.00	22.50
	2019	67	79	84.81%	20.00%	31.25%	29.50%	80.75%	1,680.00	89.00	18.88
	2020	67	79	84.81%	20.00%	31.25%	30.00%	81.25%	1,600.00	100.00	16.00
	2021	68	79	86.08%	19.86%	35.00%	30.25%	85.11%	1,570.00	122.00	12.87

Lampiran 4 : Tabel Distribusi t

v = n - (k+1)	α				
	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
1	6.314	12.706	25.452	63.657	127.321
2	2.920	4.303	6.205	9.925	14.089
3	2.353	3.182	4.177	5.841	7.453
4	2.132	2.776	3.495	4.604	5.598
5	2.015	2.571	3.163	4.032	4.773
6	1.943	2.447	2.969	3.707	4.317
7	1.895	2.365	2.841	3.499	4.029
8	1.860	2.306	2.752	3.355	3.833
9	1.833	2.262	2.685	3.250	3.690
10	1.812	2.228	2.634	3.169	3.581
11	1.796	2.201	2.593	3.106	3.497
12	1.782	2.179	2.560	3.055	3.428
13	1.771	2.160	2.533	3.012	3.372
14	1.761	2.145	2.510	2.977	3.326
15	1.753	2.131	2.490	2.947	3.286
16	1.746	2.120	2.473	2.921	3.252
17	1.740	2.110	2.458	2.898	3.222
18	1.734	2.101	2.445	2.878	3.197
19	1.729	2.093	2.433	2.861	3.174
20	1.725	2.086	2.423	2.845	3.153
21	1.721	2.080	2.414	2.831	3.135
22	1.717	2.074	2.405	2.819	3.119
23	1.714	2.069	2.398	2.807	3.104
24	1.711	2.064	2.391	2.797	3.091
25	1.708	2.060	2.385	2.787	3.078
26	1.706	2.056	2.379	2.779	3.067
27	1.703	2.052	2.373	2.771	3.057
28	1.701	2.048	2.368	2.763	3.047
29	1.699	2.045	2.364	2.756	3.038
30	1.697	2.042	2.360	2.750	3.030
31	1.696	2.040	2.356	2.744	3.022
32	1.694	2.037	2.352	2.738	3.015
33	1.692	2.035	2.348	2.733	3.008
34	1.691	2.032	2.345	2.728	3.002
35	1.690	2.030	2.342	2.724	2.996
36	1.688	2.028	2.339	2.719	2.990
37	1.687	2.026	2.336	2.715	2.985
38	1.686	2.024	2.334	2.712	2.980
39	1.685	2.023	2.331	2.708	2.976
40	1.684	2.021	2.329	2.704	2.971
41	1.683	2.020	2.327	2.701	2.967
42	1.682	2.018	2.325	2.698	2.963
43	1.681	2.017	2.323	2.695	2.959
44	1.680	2.015	2.321	2.692	2.956
45	1.679	2.014	2.319	2.690	2.952

v = n - (k+1)	α				
	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
46	1.679	2.013	2.317	2.687	2.949
47	1.678	2.012	2.315	2.685	2.946
48	1.677	2.011	2.314	2.682	2.943
49	1.677	2.010	2.312	2.680	2.940
50	1.676	2.009	2.311	2.678	2.937
51	1.675	2.008	2.310	2.676	2.934
52	1.675	2.007	2.308	2.674	2.932
53	1.674	2.006	2.307	2.672	2.929
54	1.674	2.005	2.306	2.670	2.927
55	1.673	2.004	2.304	2.668	2.925
56	1.673	2.003	2.303	2.667	2.923
57	1.672	2.002	2.302	2.665	2.920
58	1.672	2.002	2.301	2.663	2.918
59	1.671	2.001	2.300	2.662	2.916
60	1.671	2.000	2.299	2.660	2.915
61	1.670	2.000	2.298	2.659	2.913
62	1.670	1.999	2.297	2.657	2.911
63	1.669	1.998	2.296	2.656	2.909
64	1.669	1.998	2.295	2.655	2.908
65	1.669	1.997	2.295	2.654	2.906
66	1.668	1.997	2.294	2.652	2.904
67	1.668	1.996	2.293	2.651	2.903
68	1.668	1.995	2.292	2.650	2.902
69	1.667	1.995	2.291	2.649	2.900
70	1.667	1.994	2.291	2.648	2.899
71	1.667	1.994	2.290	2.647	2.897
72	1.666	1.993	2.289	2.646	2.896
73	1.666	1.993	2.289	2.645	2.895
74	1.666	1.993	2.288	2.644	2.894
75	1.665	1.992	2.287	2.643	2.892
76	1.665	1.992	2.287	2.642	2.891
77	1.665	1.991	2.286	2.641	2.890
78	1.665	1.991	2.285	2.640	2.889
79	1.664	1.990	2.285	2.640	2.888
80	1.664	1.990	2.284	2.639	2.887
81	1.664	1.990	2.284	2.638	2.886
82	1.664	1.989	2.283	2.637	2.885
83	1.663	1.989	2.283	2.636	2.884
84	1.663	1.989	2.282	2.636	2.883
85	1.663	1.988	2.282	2.635	2.882
86	1.663	1.988	2.281	2.634	2.881
87	1.663	1.988	2.281	2.634	2.880
88	1.662	1.987	2.280	2.633	2.880
89	1.662	1.987	2.280	2.632	2.879
90	1.662	1.987	2.280	2.632	2.878
91	1.662	1.986	2.279	2.631	2.877
92	1.662	1.986	2.279	2.630	2.876

v = n - (k+1)	α				
	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
93	1.661	1.986	2.278	2.630	2.876
94	1.661	1.986	2.278	2.629	2.875
95	1.661	1.985	2.277	2.629	2.874
96	1.661	1.985	2.277	2.628	2.873
97	1.661	1.985	2.277	2.627	2.873
98	1.661	1.984	2.276	2.627	2.872
99	1.660	1.984	2.276	2.626	2.871
100	1.660	1.984	2.276	2.626	2.871
101	1.660	1.984	2.275	2.625	2.870
102	1.660	1.983	2.275	2.625	2.869
103	1.660	1.983	2.275	2.624	2.869
104	1.660	1.983	2.274	2.624	2.868
105	1.659	1.983	2.274	2.623	2.868
106	1.659	1.983	2.274	2.623	2.867
107	1.659	1.982	2.273	2.623	2.866
108	1.659	1.982	2.273	2.622	2.866
109	1.659	1.982	2.273	2.622	2.865
110	1.659	1.982	2.272	2.621	2.865
111	1.659	1.982	2.272	2.621	2.864
112	1.659	1.981	2.272	2.620	2.864
113	1.658	1.981	2.272	2.620	2.863
114	1.658	1.981	2.271	2.620	2.863
115	1.658	1.981	2.271	2.619	2.862
116	1.658	1.981	2.271	2.619	2.862
117	1.658	1.980	2.271	2.619	2.861
118	1.658	1.980	2.270	2.618	2.861
119	1.658	1.980	2.270	2.618	2.860
120	1.658	1.980	2.270	2.617	2.860
121	1.658	1.980	2.270	2.617	2.859
122	1.657	1.980	2.269	2.617	2.859
123	1.657	1.979	2.269	2.616	2.859
124	1.657	1.979	2.269	2.616	2.858
125	1.657	1.979	2.269	2.616	2.858
126	1.657	1.979	2.269	2.615	2.857
127	1.657	1.979	2.268	2.615	2.857
128	1.657	1.979	2.268	2.615	2.857
129	1.657	1.979	2.268	2.614	2.856
130	1.657	1.978	2.268	2.614	2.856
131	1.657	1.978	2.267	2.614	2.855
132	1.656	1.978	2.267	2.614	2.855
133	1.656	1.978	2.267	2.613	2.855
134	1.656	1.978	2.267	2.613	2.854
135	1.656	1.978	2.267	2.613	2.854
136	1.656	1.978	2.266	2.612	2.854
137	1.656	1.977	2.266	2.612	2.853
138	1.656	1.977	2.266	2.612	2.853
139	1.656	1.977	2.266	2.612	2.853

v = n - (k+1)	α				
	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
140	1.656	1.977	2.266	2.611	2.852
141	1.656	1.977	2.266	2.611	2.852
142	1.656	1.977	2.265	2.611	2.852
143	1.656	1.977	2.265	2.611	2.851
144	1.656	1.977	2.265	2.610	2.851
145	1.655	1.976	2.265	2.610	2.851
146	1.655	1.976	2.265	2.610	2.850
147	1.655	1.976	2.265	2.610	2.850
148	1.655	1.976	2.264	2.609	2.850
149	1.655	1.976	2.264	2.609	2.849
150	1.655	1.976	2.264	2.609	2.849
151	1.655	1.976	2.264	2.609	2.849
152	1.655	1.976	2.264	2.609	2.849
153	1.655	1.976	2.264	2.608	2.848
154	1.655	1.975	2.264	2.608	2.848
155	1.655	1.975	2.263	2.608	2.848
156	1.655	1.975	2.263	2.608	2.848
157	1.655	1.975	2.263	2.608	2.847
158	1.655	1.975	2.263	2.607	2.847
159	1.654	1.975	2.263	2.607	2.847
160	1.654	1.975	2.263	2.607	2.846
161	1.654	1.975	2.263	2.607	2.846
162	1.654	1.975	2.262	2.607	2.846
163	1.654	1.975	2.262	2.606	2.846
164	1.654	1.975	2.262	2.606	2.846
165	1.654	1.974	2.262	2.606	2.845
166	1.654	1.974	2.262	2.606	2.845
167	1.654	1.974	2.262	2.606	2.845
168	1.654	1.974	2.262	2.605	2.845
169	1.654	1.974	2.262	2.605	2.844
170	1.654	1.974	2.261	2.605	2.844
171	1.654	1.974	2.261	2.605	2.844
172	1.654	1.974	2.261	2.605	2.844
173	1.654	1.974	2.261	2.605	2.843
174	1.654	1.974	2.261	2.604	2.843
175	1.654	1.974	2.261	2.604	2.843
176	1.654	1.974	2.261	2.604	2.843
177	1.654	1.973	2.261	2.604	2.843
178	1.653	1.973	2.261	2.604	2.842
179	1.653	1.973	2.260	2.604	2.842
180	1.653	1.973	2.260	2.603	2.842
181	1.653	1.973	2.260	2.603	2.842
182	1.653	1.973	2.260	2.603	2.842
183	1.653	1.973	2.260	2.603	2.841
184	1.653	1.973	2.260	2.603	2.841
185	1.653	1.973	2.260	2.603	2.841
186	1.653	1.973	2.260	2.603	2.841

v = n - (k+1)	α				
	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
187	1.653	1.973	2.260	2.602	2.841
188	1.653	1.973	2.259	2.602	2.841
189	1.653	1.973	2.259	2.602	2.840
190	1.653	1.973	2.259	2.602	2.840
191	1.653	1.972	2.259	2.602	2.840
192	1.653	1.972	2.259	2.602	2.840
193	1.653	1.972	2.259	2.602	2.840
194	1.653	1.972	2.259	2.601	2.839
195	1.653	1.972	2.259	2.601	2.839
196	1.653	1.972	2.259	2.601	2.839
197	1.653	1.972	2.259	2.601	2.839
198	1.653	1.972	2.259	2.601	2.839
199	1.653	1.972	2.258	2.601	2.839
200	1.653	1.972	2.258	2.601	2.839

Lampiran 5 : Tabel Distribusi F

$v_2 = k$										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883	240.543	241.882
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371	19.385	19.396
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845	8.812	8.786
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041	5.999	5.964
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818	4.772	4.735
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147	4.099	4.060
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726	3.677	3.637
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438	3.388	3.347
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230	3.179	3.137
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072	3.020	2.978
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948	2.896	2.854
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849	2.796	2.753
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767	2.714	2.671
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699	2.646	2.602
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641	2.588	2.544
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591	2.538	2.494
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548	2.494	2.450
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510	2.456	2.412
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477	2.423	2.378
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447	2.393	2.348
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420	2.366	2.321
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397	2.342	2.297
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375	2.320	2.275
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355	2.300	2.255
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337	2.282	2.236
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321	2.265	2.220
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305	2.250	2.204
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291	2.236	2.190
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278	2.223	2.177
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266	2.211	2.165
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255	2.199	2.153
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244	2.189	2.142
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235	2.179	2.133
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225	2.170	2.123
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217	2.161	2.114
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209	2.153	2.106
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201	2.145	2.098
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194	2.138	2.091
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187	2.131	2.084
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180	2.124	2.077
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174	2.118	2.071
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168	2.112	2.065
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163	2.106	2.059
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157	2.101	2.054
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152	2.096	2.049

$v_2 = k$										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147	2.091	2.044
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143	2.086	2.039
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138	2.082	2.035
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134	2.077	2.030
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130	2.073	2.026
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126	2.069	2.022
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122	2.066	2.018
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119	2.062	2.015
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115	2.059	2.011
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112	2.055	2.008
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109	2.052	2.005
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106	2.049	2.001
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103	2.046	1.998
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100	2.043	1.995
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097	2.040	1.993
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094	2.037	1.990
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092	2.035	1.987
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089	2.032	1.985
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087	2.030	1.982
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084	2.027	1.980
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082	2.025	1.977
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080	2.023	1.975
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078	2.021	1.973
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076	2.019	1.971
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074	2.017	1.969
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072	2.015	1.967
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070	2.013	1.965
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068	2.011	1.963
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066	2.009	1.961
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064	2.007	1.959
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063	2.006	1.958
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061	2.004	1.956
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059	2.002	1.954
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058	2.001	1.953
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056	1.999	1.951
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055	1.998	1.950
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053	1.996	1.948
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052	1.995	1.947
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051	1.993	1.945
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049	1.992	1.944
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048	1.991	1.943
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047	1.989	1.941
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045	1.988	1.940
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044	1.987	1.939
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043	1.986	1.938
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042	1.984	1.936
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041	1.983	1.935

$v_2 = k$										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040	1.982	1.934
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038	1.981	1.933
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037	1.980	1.932
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036	1.979	1.931
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035	1.978	1.930
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034	1.977	1.929
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033	1.976	1.928
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032	1.975	1.927
101	3.935	3.086	2.695	2.462	2.304	2.190	2.102	2.031	1.974	1.926
102	3.934	3.085	2.694	2.461	2.303	2.189	2.101	2.030	1.973	1.925
103	3.933	3.085	2.693	2.460	2.303	2.188	2.100	2.030	1.972	1.924
104	3.932	3.084	2.692	2.459	2.302	2.187	2.099	2.029	1.971	1.923
105	3.932	3.083	2.691	2.458	2.301	2.186	2.098	2.028	1.970	1.922
106	3.931	3.082	2.690	2.457	2.300	2.185	2.097	2.027	1.969	1.921
107	3.930	3.081	2.689	2.457	2.299	2.184	2.096	2.026	1.969	1.920
108	3.929	3.080	2.689	2.456	2.298	2.184	2.096	2.025	1.968	1.919
109	3.928	3.080	2.688	2.455	2.298	2.183	2.095	2.024	1.967	1.919
110	3.927	3.079	2.687	2.454	2.297	2.182	2.094	2.024	1.966	1.918
111	3.927	3.078	2.686	2.453	2.296	2.181	2.093	2.023	1.965	1.917
112	3.926	3.077	2.686	2.453	2.295	2.181	2.092	2.022	1.964	1.916
113	3.925	3.077	2.685	2.452	2.295	2.180	2.092	2.021	1.964	1.915
114	3.924	3.076	2.684	2.451	2.294	2.179	2.091	2.021	1.963	1.915
115	3.924	3.075	2.683	2.451	2.293	2.178	2.090	2.020	1.962	1.914
116	3.923	3.074	2.683	2.450	2.293	2.178	2.089	2.019	1.962	1.913
117	3.922	3.074	2.682	2.449	2.292	2.177	2.089	2.018	1.961	1.913
118	3.921	3.073	2.681	2.449	2.291	2.176	2.088	2.018	1.960	1.912
119	3.921	3.072	2.681	2.448	2.290	2.176	2.087	2.017	1.959	1.911
120	3.920	3.072	2.680	2.447	2.290	2.175	2.087	2.016	1.959	1.910
121	3.919	3.071	2.680	2.447	2.289	2.174	2.086	2.016	1.958	1.910
122	3.919	3.071	2.679	2.446	2.289	2.174	2.085	2.015	1.957	1.909
123	3.918	3.070	2.678	2.445	2.288	2.173	2.085	2.014	1.957	1.908
124	3.918	3.069	2.678	2.445	2.287	2.173	2.084	2.014	1.956	1.908
125	3.917	3.069	2.677	2.444	2.287	2.172	2.084	2.013	1.956	1.907
126	3.916	3.068	2.677	2.444	2.286	2.171	2.083	2.013	1.955	1.907
127	3.916	3.068	2.676	2.443	2.286	2.171	2.082	2.012	1.954	1.906
128	3.915	3.067	2.675	2.442	2.285	2.170	2.082	2.011	1.954	1.905
129	3.915	3.066	2.675	2.442	2.284	2.170	2.081	2.011	1.953	1.905
130	3.914	3.066	2.674	2.441	2.284	2.169	2.081	2.010	1.953	1.904
131	3.913	3.065	2.674	2.441	2.283	2.168	2.080	2.010	1.952	1.904
132	3.913	3.065	2.673	2.440	2.283	2.168	2.080	2.009	1.951	1.903
133	3.912	3.064	2.673	2.440	2.282	2.167	2.079	2.009	1.951	1.903
134	3.912	3.064	2.672	2.439	2.282	2.167	2.079	2.008	1.950	1.902
135	3.911	3.063	2.672	2.439	2.281	2.166	2.078	2.008	1.950	1.901
136	3.911	3.063	2.671	2.438	2.281	2.166	2.078	2.007	1.949	1.901
137	3.910	3.062	2.671	2.438	2.280	2.165	2.077	2.007	1.949	1.900
138	3.910	3.062	2.670	2.437	2.280	2.165	2.077	2.006	1.948	1.900
139	3.909	3.061	2.670	2.437	2.279	2.164	2.076	2.006	1.948	1.899

$v_2 = k$										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
140	3.909	3.061	2.669	2.436	2.279	2.164	2.076	2.005	1.947	1.899
141	3.908	3.060	2.669	2.436	2.278	2.163	2.075	2.005	1.947	1.898
142	3.908	3.060	2.668	2.435	2.278	2.163	2.075	2.004	1.946	1.898
143	3.907	3.059	2.668	2.435	2.277	2.163	2.074	2.004	1.946	1.897
144	3.907	3.059	2.667	2.435	2.277	2.162	2.074	2.003	1.945	1.897
145	3.906	3.058	2.667	2.434	2.277	2.162	2.073	2.003	1.945	1.897
146	3.906	3.058	2.667	2.434	2.276	2.161	2.073	2.002	1.945	1.896
147	3.905	3.058	2.666	2.433	2.276	2.161	2.072	2.002	1.944	1.896
148	3.905	3.057	2.666	2.433	2.275	2.160	2.072	2.001	1.944	1.895
149	3.905	3.057	2.665	2.432	2.275	2.160	2.072	2.001	1.943	1.895
150	3.904	3.056	2.665	2.432	2.274	2.160	2.071	2.001	1.943	1.894
151	3.904	3.056	2.665	2.432	2.274	2.159	2.071	2.000	1.942	1.894
152	3.903	3.056	2.664	2.431	2.274	2.159	2.070	2.000	1.942	1.893
153	3.903	3.055	2.664	2.431	2.273	2.158	2.070	1.999	1.942	1.893
154	3.903	3.055	2.663	2.430	2.273	2.158	2.070	1.999	1.941	1.893
155	3.902	3.054	2.663	2.430	2.273	2.158	2.069	1.999	1.941	1.892
156	3.902	3.054	2.663	2.430	2.272	2.157	2.069	1.998	1.940	1.892
157	3.901	3.054	2.662	2.429	2.272	2.157	2.068	1.998	1.940	1.891
158	3.901	3.053	2.662	2.429	2.271	2.156	2.068	1.997	1.940	1.891
159	3.901	3.053	2.661	2.429	2.271	2.156	2.068	1.997	1.939	1.891
160	3.900	3.053	2.661	2.428	2.271	2.156	2.067	1.997	1.939	1.890
161	3.900	3.052	2.661	2.428	2.270	2.155	2.067	1.996	1.938	1.890
162	3.900	3.052	2.660	2.427	2.270	2.155	2.067	1.996	1.938	1.890
163	3.899	3.051	2.660	2.427	2.270	2.155	2.066	1.996	1.938	1.889
164	3.899	3.051	2.660	2.427	2.269	2.154	2.066	1.995	1.937	1.889
165	3.898	3.051	2.659	2.426	2.269	2.154	2.065	1.995	1.937	1.888
166	3.898	3.050	2.659	2.426	2.269	2.154	2.065	1.995	1.937	1.888
167	3.898	3.050	2.659	2.426	2.268	2.153	2.065	1.994	1.936	1.888
168	3.897	3.050	2.658	2.425	2.268	2.153	2.064	1.994	1.936	1.887
169	3.897	3.049	2.658	2.425	2.268	2.153	2.064	1.994	1.936	1.887
170	3.897	3.049	2.658	2.425	2.267	2.152	2.064	1.993	1.935	1.887
171	3.896	3.049	2.657	2.425	2.267	2.152	2.063	1.993	1.935	1.886
172	3.896	3.049	2.657	2.424	2.267	2.152	2.063	1.993	1.935	1.886
173	3.896	3.048	2.657	2.424	2.266	2.151	2.063	1.992	1.934	1.886
174	3.895	3.048	2.657	2.424	2.266	2.151	2.063	1.992	1.934	1.885
175	3.895	3.048	2.656	2.423	2.266	2.151	2.062	1.992	1.934	1.885
176	3.895	3.047	2.656	2.423	2.265	2.150	2.062	1.991	1.933	1.885
177	3.895	3.047	2.656	2.423	2.265	2.150	2.062	1.991	1.933	1.885
178	3.894	3.047	2.655	2.422	2.265	2.150	2.061	1.991	1.933	1.884
179	3.894	3.046	2.655	2.422	2.265	2.150	2.061	1.990	1.932	1.884
180	3.894	3.046	2.655	2.422	2.264	2.149	2.061	1.990	1.932	1.884
181	3.893	3.046	2.655	2.422	2.264	2.149	2.060	1.990	1.932	1.883
182	3.893	3.046	2.654	2.421	2.264	2.149	2.060	1.990	1.932	1.883
183	3.893	3.045	2.654	2.421	2.263	2.148	2.060	1.989	1.931	1.883
184	3.892	3.045	2.654	2.421	2.263	2.148	2.060	1.989	1.931	1.882
185	3.892	3.045	2.653	2.420	2.263	2.148	2.059	1.989	1.931	1.882
186	3.892	3.045	2.653	2.420	2.263	2.148	2.059	1.988	1.931	1.882

$v_2 = k$										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
187	3.892	3.044	2.653	2.420	2.262	2.147	2.059	1.988	1.930	1.882
188	3.891	3.044	2.653	2.420	2.262	2.147	2.059	1.988	1.930	1.881
189	3.891	3.044	2.652	2.419	2.262	2.147	2.058	1.988	1.930	1.881
190	3.891	3.043	2.652	2.419	2.262	2.147	2.058	1.987	1.929	1.881
191	3.891	3.043	2.652	2.419	2.261	2.146	2.058	1.987	1.929	1.881
192	3.890	3.043	2.652	2.419	2.261	2.146	2.058	1.987	1.929	1.880
193	3.890	3.043	2.651	2.418	2.261	2.146	2.057	1.987	1.929	1.880
194	3.890	3.042	2.651	2.418	2.261	2.146	2.057	1.986	1.928	1.880
195	3.890	3.042	2.651	2.418	2.260	2.145	2.057	1.986	1.928	1.880
196	3.889	3.042	2.651	2.418	2.260	2.145	2.057	1.986	1.928	1.879
197	3.889	3.042	2.650	2.417	2.260	2.145	2.056	1.986	1.928	1.879
198	3.889	3.042	2.650	2.417	2.260	2.145	2.056	1.985	1.927	1.879
199	3.889	3.041	2.650	2.417	2.259	2.144	2.056	1.985	1.927	1.879
200	3.888	3.041	2.650	2.417	2.259	2.144	2.056	1.985	1.927	1.878

Lampiran 6 : Hasil *Output* SPSS

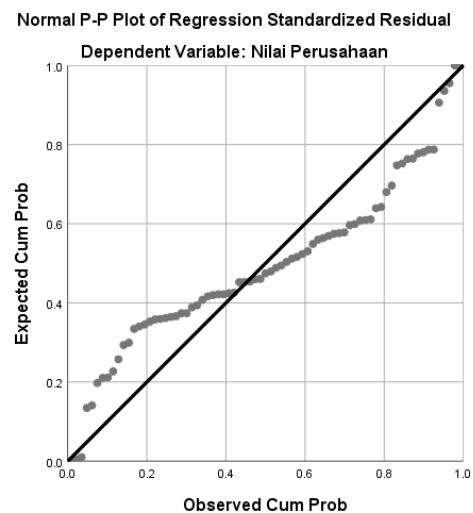
1. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	75	.72	.94	.8435	.04643
Good Corporate Governance	75	.56	.85	.6827	.06673
Nilai Perusahaan	75	-113.10	168.72	20.8885	37.33231
Valid N (listwise)	75				

2. Uji Normalitas

1) Grafik normal probability plot



2) Uji *Kolmogorov-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TOTAL
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.4147
	Std. Deviation	37.34566
Most Extreme Differences	Absolute	.206
	Positive	.206
	Negative	-.200
Test Statistic		.206

Asymp. Sig. (2-tailed)	.155 ^c
------------------------	-------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

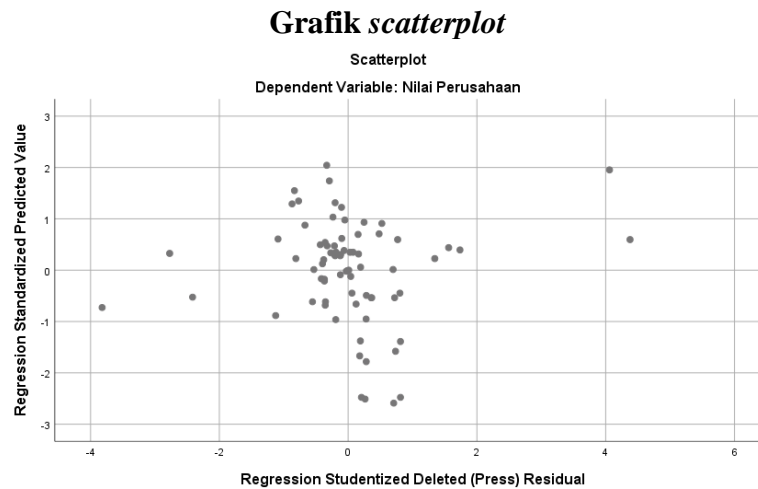
3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Corporate Social Responsibility</i>	.989	1.011
<i>Good Corporate Governance</i>	.989	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

4. Uji Heteroskedastisitas



5. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.819 ^a	.672	.625	36.85545	.652	1.964	2	72	.148	.918

- a. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*
- b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

6. Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.203	.474		2.537	.112					
CSR	.931	.306	.625	3.042	.005	.627	.624	.624	.989	1.011
GCG	.495	.173	.517	2.828	.014	.545	.517	.517	.989	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.819 ^a	.672	.625	36.85545	.652	1.964	2	72	.148	.918

a. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

8. Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.203	.474		2.537	.112					
CSR	.931	.306	.625	3.042	.005	.627	.624	.624	.989	1.011
GCG	.495	.173	.517	2.828	.014	.545	.517	.517	.989	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

9. Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5334.581	2	2667.291	11.964	.000 ^b
	Residual	97799.332	72	1358.324		
	Total	103133.913	74			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*

Lampiran 7 : Formulir Perubahan Judul

Surat Permohonan Perubahan Topik/Judul Skripsi

Program Studi S1 Akuntansi

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mega Nandini Putri

Npm : C10190291

Judul Skripsi : “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Pada Perusahaan Barang Konsumsi Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021)

Pembimbing : Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak.

Berkenaan dengan proses penelitian dan pembimbingan skripsi dan atas saran serta arahan dari Dosen Pembimbing, bersama ini saya mengajukan perubahan topik/judul skripsi, yang semula :

“Pengaruh Profitabilitas Dan Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen” (Studi Pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2019).

Menjadi :

“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021).

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Bandung, 26 Januari 2023

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi



(Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak)

Yang Mengajukan,

(Mega Nandini Putri)

Lampiran 8 : Surat Keterangan Pembimbing



**SURAT KEPUTUSAN
KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS
NOMOR: 827/EKUITAS/SK/IX/2022**

TENTANG

**PENETAPAN PEMBIMBING PENYUSUNAN
DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA STIE EKUITAS
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKUITAS,

- Menimbang** : a. Bahwa dalam proses penelitian ilmiah calon Sarjana Akuntansi diperlukan pembimbing;
b. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut di atas perlu diatur dan ditetapkan dalam Surat Keputusan (SK) Ketua.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah RI No. 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Keputusan Mendikbud No. 12/D/0/1998 tentang Pemberian Status;
4. Keputusan Mendikbud No. 234/U/2000 tentang Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa;
5. Keputusan Mendiknas No. 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana, dan Pasca Sarjana di Perguruan Tinggi;
6. Surat Keputusan YKP bank bjb Nomor 7/SK/P/YKP-bjb/III/2021 tentang Statuta Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS;
7. Surat Keputusan YKP PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten No. 57/SK/P/YKP-bjb/IX/2022 tentang Penetapan dan Pengangkatan Ketua STIE EKUITAS.
- Memperhatikan** : Pengajuan Usulan Penelitian mahasiswa STIE EKUITAS sebagai syarat untuk penyelesaian Ujian Sarjana Akuntansi STIE EKUITAS.

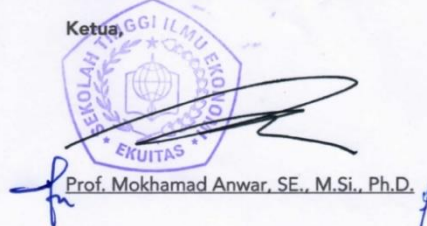
MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Keputusan Ketua STIE EKUITAS Tentang Penetapan Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi Mahasiswa STIE EKUITAS Program Studi S1 Akuntansi Tahun Akademik 2022/2023.
- Kesatu : Mengangkat dan Menetapkan nama-nama dosen yang tercantum pada kolom 4 dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai Pembimbing dengan nama mahasiswa bimbingannya yang terdapat pada kolom 2.
- Kedua : Masa bimbingan Skripsi untuk setiap mahasiswa terhitung selama 4 (empat) bulan terhitung mulai berlakunya SK ini.
- Ketiga : Kepada para Dosen Pembimbing agar dapat melaksanakan tugas sebagaimana mestinya, sesuai pedoman.
- Keempat : Kepada para Dosen Pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan Keuangan yang berlaku di STIE EKUITAS.
- Kelima : Surat Keputusan ini diberikan sejak tanggal ditetapkannya.
- Keenam : Petikan Surat Keputusan ini diberikan kepada para Pembimbing yang bertugas.
- Ketujuh : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam SK ini maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bandung

Pada tanggal : 28 September 2022

Ketua



Prof. Mokhamad Anwar, SE., M.Si., Ph.D.

No	NIM / Nama	Judul Skripsi	Pembimbing
193	C10190275 MUHAMMAD RAMDANI NASUTION	Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen (studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)	Annisa Nurfitriana, SE., M.Si
194	C10190276 RAMADHAN DWI SETIAJI	Pengaruh Tekanan Ketaatan, Fee Audit, Profesionalisme Terhadap Kualitas Audit (survei Pada Kap Di Kota Cimahi)	Hana Fadilah, S.E., M.Si.
195	C10190277 MOHAMMAD RAJA DARSYAMAURI ZULFIKAR	Pengaruh Penilaian Kinerja Dan Penerapan Audit Internal Terhadap Sistem Pengendalian Intern Perusahaan (Studi Kasus Pada Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk)	Siska Willy, S.E., M.Ak., Ak., CA.
196	C10190281 ALFRIDA IZUMI NOOR	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance (studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2021)	Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak
197	C10190284 DELLA ROSALIN	Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan	Annisa Nurfitriana, SE., M.Si
198	C10190288 ASEP JUHANA	Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)	Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak
199	C10190289 RR ALYA UTARI H	Pengaruh Pergantian Manajemen, Opini Audit, Dan Keterlambatan Waktu Pelaporan Keuangan Terhadap Voluntary Auditor Switching Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2020	Siska Willy, S.E., M.Ak., Ak., CA.
200	C10190291 MEGA NANDINI PUTRI	Pengaruh Profitabilitas Dan Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen* Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019	Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak
201	C10190294 ANITA FADILAH SUDRAJAT	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kualitas Laba (studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (bei) Periode 2017-2021)	Dr. Cecep Taufiqurohman, S.E., M.M., Ak., CA., CT.
202	C10190033 ZIYAN RAZANI ZHARFAN	Pengaruh Corporate Governance Terhadap Perusahaan Milik Bumh Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Dani Ramdani, SE., M.Ak.
203	C10190034 SABINE AMANA NISA	Pengaruh Pengelolaan Rasio Likuiditas Bank Terhadap Peningkatan Laba Bank. (Studi Kasus Di Bank Bjb)	Dita Rari Dwi Rinining Tyastuty, S.Pd., M.Si.
204	C10190053 SRI AZZAHRA WAHYUNI	Pengaruh Teknologi Informasi dan Struktur Organisasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (studi Pada PTPN VIII Nusantara)	Faiz Said Bachmid, SE., M.Ak., Ak., CA.
205	C10189002 RENDY SATRYA SUKIRNO PUTRA	Pengaruh Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Tugas Teknologi Terhadap Kinerja Karyawan	Faiz Said Bachmid, SE., M.Ak., Ak., CA.
206	C10170226 DANU PRAYOGO	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Dan Pajak Hotel Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung tahun 2012 - 2016	Lina Said, SE., M.Si, Ak., CA
207	C10160279 DISKA APRIAN DWITAMA	Pengaruh Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) dan Surat Teguran Terhadap Pencairan Tunggakan Pajak	Lina Said, SE., M.Si, Ak., CA

Lampiran 9 : Kartu Bimbingan Skripsi

	BERITA ACARA PEMBIMBING SKRIPSI <i>Minutes of Meeting – Thesis Advise ment</i> Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023	No Dok: F-A.4.03.07 Rev 0 Hal 1
---	---	---------------------------------------

NIM : C10190291
Student ID
 Nama : Mega Nandini Putri
Name
 Program Studi : Akuntansi
Program Study
 Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021)
Title of Thesis/Final Project
 Pembimbing 1 : Hery Syaerul Homan, , S.Pd., M.Pd., M.Ak
Advisor 1
 Pembimbing 2 :
Advisor 2

PEMBIMBINGAN:

*) dalam mengisi kegiatan pembimbingan, mohon diisi hanya yang memiliki progress sesuai dengan target.

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
1 21 Sep 2022	Topik Bahasan	Konsultasi judul	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Perubahan judul	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
2 15 Okt 2022	Topik Bahasan	Penyerahan bab 1 dan 2	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)		
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	



**BERITA ACARA PEMBIMBING
SKRIPSI**
Minutes of Meeting – Thesis Advisement

**Semester Ganjil
Tahun Akademik 2022/2023**

No Dok: F-A.4.03.07
Rev 0
Hal 2

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
3 03 Nov 2022	Topik Bahasan	Revisi bab 1 dan 2	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Penulisan kutipan Menambahkan pembahasan perbedaan dengan penelitian lain Perbaiki rumusan masalah Penambahan teori Perbaiki kerangka berfikir	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
4 14 Nov 2022	Topik Bahasan	Penyerahan bab 3 Revisi Bab 3 Acc bab 2	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Penambahan indikator tiap variabel Perbaikan hipotesis penelitian	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	
Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
5 24 Nov 2022	Topik Bahasan	Penyerahan bab 4 Revisi Bab 4 Acc bab 3	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Perbaikan analisis statistik deskriptif Perbaikan kriteria dan sampel	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

	BERITA ACARA PEMBIMBING SKRIPSI <i>Minutes of Meeting – Thesis Advisement</i> Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023	No Dok: F-A.4.03.07 Rev 0 Hal 3
--	--	---------------------------------------

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
6 2 Des 2023	Topik Bahasan	Revisi Bab 4	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Perbaikan analisis statistik deskriptif Penambahan hasil penelitian deskriptif Penambahan pembahasan penelitian	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
7 21 Des 2023	Topik Bahasan	Revisi Bab 4	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Format Perbaikan pembahasan penelitian	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
8 28 Des 2023	Topik Bahasan	Penyerah Bab 5 Revisi Bab 5 Acc bab 4	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Kesimpulan lebih singkat	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

	BERITA ACARA PEMBIMBING SKRIPSI <i>Minutes of Meeting – Thesis Advisement</i> Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023	No Dok: F-A.4.03.07 Rev 0 Hal 4
--	--	---------------------------------------

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
9	Topik Bahasan	Penyerahan full draft Revisi full draft Acc bab 5	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
11 Jan 2023	Saran Perbaikan (KPI/Target)	Nomor halaman Daftar pustaka	
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

Tanggal/ Pertemuan	Kegiatan Pembimbingan *)		Paraf Pembimbing
10	Topik Bahasan	Acc full draft	Telah diperiksa dosen pembimbing 1
18 Jan 2023	Saran Perbaikan (KPI/Target)		
	Catatan Target (KPI):	Penyelesaian: %	

Bandung,

Pembimbing 1

NIDN : 0423118101
 Nama : Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak

Pembimbing 2

NIDN :
 Nama :

Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Mega Nandini Putri

Npm : C10190291

Program Studi : S1 Akuntansi

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir: Bandung, 16 Juli 2001

Agama : Islam

Warga Negara : Indonesia

Alamat : Jl. Permata Bumi 5 No. DA 37 Rt. 06 Rw. 03 Kel.
Cisaranten Kulon Kec. Arcamanik Kota Bandung
40293

Email : Meganandiniputri9@gmail.com

Nomor Telepon : 088218762910



Pendidikan Formal

Periode/ Tahun	Sekolah/Institusi/universitas	Program Studi/ Jurusan	Jenjang Pendidikan
2019-2023	STIE Ekuitas	Akuntansi	S1
2014-2017	SMA Sumatra 40	IPS	SMA
2011-2014	SMP Negeri 17	-	SMP
2005-2011	SDN Binaharapan	-	SD

Pendidikan Non-Formal

Tahun	Lembaga/Institusi	Keterampilan
2022	Tax Center STIE EKUITAS	Pelatihan Brevet Pajak A & B Terpadu
2022	Ikatan Akuntan Indonesia (IAI)	Uji Kompetensi Akuntansi
2023	<i>English Skill</i>	<i>TOEFL</i>

Riwayat Organisasi

Periode	Organisasi & Kepanitian	Posisi
2020-2021	Badan Eksekutif Mahasiswa	Staff Kementerian Dalam Negeri
2020	Musyawarah Mahasiswa Akuntansi S1	Staff Divisi Acara
2020	Ekuitas Accounting Day	Staff Divisi Humas
2021	UKM Fair	Penanggung Jawab Acara
2021	Kelas Investasi	Koordinator Divisi Humas
2021	Latihan Kepemimpinan Mahasiswa (LKM)	Staff Divisi PDD
2021	Inagurasi	Steering Committee (SC) Humas
2021	Kajian Ekonomi	Staff Divisi Acara