

**“ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
KARATERISTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN”  
(STUDI KASUS PT.INDOJAYA AGRINUSA)**

**SKRIPSI**

**Vina Rahmi Dwi Asmara**

**NIM. 0502162150**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

**“ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
KARATERISTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN”**

**(STUDI KASUS PT.INDOJAYA AGRINUSA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)  
Dalam Ilmu Akuntansi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Oleh:

**Vina Rahmi Dwi Asmara**

**NIM. 0502162150**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Rahmi Dwi Asmara  
NIM : 0502162150  
Tempat/Tanggal Lahir : Lhokseumawe, 15 Januari 1999  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Jl. Tegal Sari, Dusun VI, No. 54

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KARAKTERISTIK GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada PT. Indojaya Agrinusa Periode 2009-2018)**" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 22 Desember 2020

Yang membuat pernyataan

  
Vina Rahmi Dwi Asmara

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul:

**“ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
KARATERISTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN” (STUDI KASUS PT. INDOJAYA AGRINUSA) PERIODE 2009-  
2018**

Oleh:

Vina Rahmi Dwi Asmara

NIM: 0502162150

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi  
(S.Akun)

Pada Program Studi Akuntansi Syariah

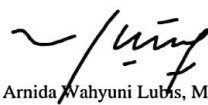
Pembimbing I



Dr. Nurhikmah, MA

NIDN: 2021057503

Pembimbing II



Arnida Wahyuni Lubis, M.Si.

NIDN: 2016068403

Mengetahui

Ketua Jurusan Akuntansi Syari'ah



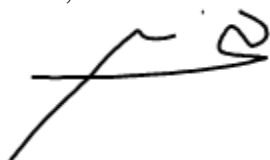
Hendra Hermain, SE, M.pd

NIDN: 2010057302

Skripsi berjudul “ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN KARATERISTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus PT.Indojaya Agrinusa Periode Tahun 2009-2018)” an. Vina Rahmi Dwi Asmara, NIM 0502162150 Prodi Akuntansi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 22 Januari 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) pada Prodi Akuntansi Syariah.

Medan, 22 Januari 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Prodi Akuntansi Syariah UIN-SU  
Sekretaris,

Ketua,



**Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, M.A**  
NIDN. 2001077903



**Kusmilawaty, S.E, Ak, M.Ak**  
NIDN. 2014068001

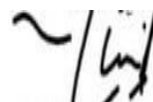
Anggota

Pembimbing I



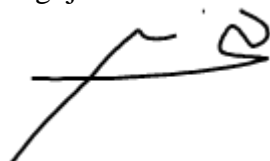
**Dr. Nurlaila, M.A**  
NIDN. 2021057503

Pembimbing II



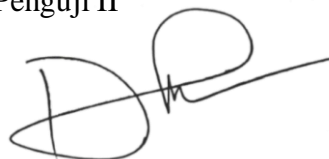
**Arnida Wahyuni Lubis, M.Si**  
NIDN. 2016068403

Penguji I



**Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, M.A**  
NIDN. 2001077903

Penguji II



**Nurfadhilah Ahmad Hasibuan, M.Ak**  
NIDN. 1100000036

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara Medan

**Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag**  
NIDN. 2023047602

## ABSTRAK

VINA RAHMI DWI ASMARA, NIM : 0502162150, Judul Skripsi: “ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN KARATERISTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PT.INDOJAYA AGRINUSA) PERIODE 2009-2018”, dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I Ibu Dr. Nurlaila, MA dan Pembimbing Skripsi II Ibu Arnida Wahyuni Lubis M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* dan karakteristik *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada PT Indojaya Agrinusa. Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan nilai PBV. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling/judgement sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari, mencatat dan mengklasifikasikan data seperti laporan keuangan dan laporan CSR, serta GCG pada PT. Indojaya Agrinusa periode 2009-2018. Dimana data keuangan atau laporan keuangan perusahaan yang diambil yaitu laporan keuangan perbulan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *good corporate governance* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini adalah nilai dari R square sebesar 0.220. Yang artinya variable independent *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* dapat menjelaskan sebesar 22% variasi variable nilai perusahaan, sedangkan sisanya 78% dijelaskan oleh varibel dan faktor lainnya. Hasil pengujian parsial menunjukkan nilai t hitung adalah  $|4,021| > t \text{ tabel } |1,98|$ , dengan *Sig.*  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan ber arah positif di PT. Indojaya Agrinusa Periode 2009-2018, hasil uji parsial juga menunjukkan t hitung adalah  $|-3,416| > t \text{ tabel } |1,98|$ , *Sig.*  $0,001 < 0,05$  yang berarti bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan berarah negatif di PT. Indojaya Agrinusa Periode 2009-2018. Dan secara simultan hasil uji menunjukkan nilai F hitung  $16,511 > \text{nilai F tabel } 3,073$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, kesimpulannya adalah terdapat pengaruh signifikan antara *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan di PT. Indojaya Agrinusa Periode 2009-2018.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang **“ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN KARATERISTIK *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN” (STUDI KASUS PT.INDOJAYA AGRINUSA) PERIODE 2009-2018”**.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sastra Satu (S1) jurusan Akuntansi Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam penulisan proposal ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Terkhusus dan yang istimewa kepada kedua orang tua saya Triawan Bin Legino dan Nurmadiyah, yang selama ini selalu memberikan doa, dukungan serta nasihat untuk saya sampai sejauh ini, serta abang saya tercinta Vega Rizki Orlanda yang selalu menjadi panutan kebaikan untuk diri saya dan juga adik saya yang saya cintai Muhammad Ichsan Handara yang selalu menghibur dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, MAg., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, MA., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

6. Ibu Dr. Marliyah, MA., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Mustapa Khamal Rokan, M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, M.A., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang selalu memberikan nasihat serta semangat untuk penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Hendra Harmain, SE, M.Pd., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang selalu memberikan dorongan untuk terus maju dan nasihat untuk penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Ibu Dr. Nurlaila MA. sebagai pembimbing skripsi I dan Ibu Arnida Wahyuni Lubis M.Si sebagai pembimbing II saya yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing saya, memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat untuk saya dan selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Ibu Arnida Wahyuni Lubis M,Si sebagai pembimbing akademik yang selalu memperhatikan perkembangan skripsi saya dan meluangkan waktu untuk membimbing proposal saya sehingga bisa sampai di tahap skripsi ini.
12. Segenap Bapak Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang sudah sudi kiranya memberikan ilmu-ilmu baru yang sangat bermanfaat ketika masa perkuliahan sampai proses pembuatan skripsi ini.
13. Kepada seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan dorongan semangat kepada saya sehingga saya bisa sampai di tahap akhir ini, dan kepada teman-teman saya Befiriana Moniza dan Dian Syahfitri selaku teman sepersemproan dan seperkomprian saya yang tak pernah lelah dalam memberikan saya dukungan, bantuan, serta semangat kepada saya,



kepada Risa Cinta Nashyrah Harahap, Reisi Dwiasa, Hasbi Raihan, Fany Tri Yolanda, Lulu Khairiyah, Syakbaniah, Kloemongga Khofifah Nasution, Nairoha Juwita Pane, Rizki Utari Daulay, dan Erlinda Sari Harahap yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk terus maju dalam menyelesaikan skripsi saya ini serta seluruh teman-teman AKS-E lainnya yang saya sayangi yang menjadi penyemangat dan pendorong untuk segera menyelesaikan skripsi saya ini.

14. Teman-teman angkatan 2016 jurusan Akuntansi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
15. Kepada Imam Fadilah terimakasih sudah selalu mendoakan, membantu, mendukung dan memberikan semangat setiap harinya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini
16. Kepada kak Lili Syahfitri selaku tentor saya pada waktu semester 3-4 yang senantiasa mau meluangkan waktu untuk mengajarkan saya dalam segala hal mulai dari pelajaran bahkan sampai skripsian yang tidak pernah bosan saat saya bertanya.
17. Kepada teman-teman KKN 47 Desa Surbakti Kabupaten Karo yang berkenan mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.
18. Kepada teman-teman sepermagangan Kanwil DJKN Sumatera Utara yang selalu mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.
19. Dan semua pihak yang telah berkenan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari akan adanya kekurangan dan kesempurnaan penulisan proposal skripsi ini. Oleh sebab itu, segala kritik maupun saran sangat penulis harapkan.

Medan, Januari 2021

“”

Vina Rahmi Dwi Asmara

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Identifikasi Masalah</b> .....	7
<b>C. Batasan Masalah</b> .....	8
<b>D. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>E. Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II</b> .....	10
<b>KAJIAN TEORITIS</b> .....	10
<b>A. Corporate Social Responsibility</b> .....	10
1) Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	10
2) Manfaat <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .....	12
3) Laporan Tanggungjawab Sosial .....	13
4) Indikator <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .....	14
5) Sejarah Perkembangan <i>Social Responsibility</i> .....	17
6) <i>Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)</i>	

dalam Perspektif Islam .....	18
<b>B. <i>Good Corporate Governance</i> .....</b>	<b>21</b>
1. Pengertian <i>Good Corporate Governance</i> .....	21
2. Tujuan <i>Good Corporate Governance</i> .....	22
3. <i>Good Corporate Governance</i> dalam Perspektif Islam .....	23
<b>C. Pengertian Nilai Perusahaan .....</b>	<b>26</b>
<b>D. Akuntansi Sosial.....</b>	<b>28</b>
<b>E. Kajian Teori .....</b>	<b>30</b>
1. Teori Legitimasi (Legitimacy Theory) .....	30
<b>F. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>32</b>
<b>G. Hipotesis .....</b>	<b>32</b>
<b>H. Perbedaan dan Persamaan dengan Kajian Terdahulu.....</b>	<b>36</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
<b>A. Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>38</b>
1. Lokasi Penelitian .....	38
2. Waktu Penelitian .....	38
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>39</b>
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
<b>D. Jenis dan Sumber data .....</b>	<b>41</b>
1. Jenis Data .....	41
2. Sumber Data.....	41
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>41</b>
<b>F. Definisi Operasional.....</b>	<b>41</b>
<b>G. Analisis Data.....</b>	<b>43</b>
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Uji Asumsi Klasik .....	43
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	46

<b>H. Pengujian Hipotesis</b> .....	46
1. Uji Koefisien Determinasi .....	46
2. Uji t .....	47
3. Uji F .....	47
<b>BAB IV</b> .....	<b>48</b>
<b>TEMUAN PENELITIAN</b> .....	<b>48</b>
<b>A. Deskripsi Data Penelitian</b> .....	48
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	48
2. Deskripsi Data .....	50
<b>B. Uji Asumsi Klasik</b> .....	56
1. Uji Normalitas .....	56
2. Uji Mutikolinearitas .....	58
3. Uji Heteroskedastisitas .....	58
4. Uji Autokorelasi .....	59
<b>C. Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	60
<b>D. Uji Hipotesis</b> .....	61
1. Uji simultan (Uji f) .....	61
2. Uji Parsial (Uji t) .....	61
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	62
<b>E. Pembahasan</b> .....	63
1. Kemampuan CSR Mempengaruhi Nilai Perusahaan .....	63
2. Kemampuan GCG Mempengaruhi Nilai Perusahaan .....	64
3. Kemampuan CSR dan GCG Mempengaruhi Nilai Perusahaan .....	65
<b>BAB V</b> .....	<b>67</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	67

**DAFTAR PUSTAKA..... 69**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Program Pelaksanaan CSR PT. Indojaya Agrinusa Tahun 2009-2018.....	5
Tabel 1.2 Good Corporate Governace PT. Indojaya Agrinusa Tahun 2009-2018.....	6
Tabel 1.3 Nilai Perusahaan PT. Indojaya Agrinusa Tahun 2009-2018.....	6
Tabel 2.1 Indikator CSR .....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Perusahaan .....	42
Tabel 4.1 Nilai Perusahaan PT. Indojaya Agrinusa.....	51
Tabel 4.2 Deskriptif Statistik Nilai Perusahaan .....	52
Tabel 4.3 Corporate Social Responsibility PT. Indojaya Agrinusa .....	53
Tabel 4.4 Deskriptif Statistik Corporate Social Responsibility .....	54
Tabel 4.5 Good Corporate Governance PT. Indojaya Agrinusa .....	54
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik Good Corporate Governance .....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikoleniaritas .....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Linier Berganda.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji <sup>2</sup> .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	57
Gambar 4.2 Grafik Uji Probability Plot .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabulasi Data .....	72
Lampiran 2: Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	75
Lampiran 3: Hasil Uji Kolmogonov sminov dan Uji Propability Plot .....	76
Lampiran 4: Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Lampiran 5: Hasil Uji Heterokedastisitas .....	79
Lampiran 6: Hasil Uji Autokorelasi.....	80
Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Berganda .....	81



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan saat ini, perusahaan berlomba-lomba untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Mengoptimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan karena dengan mengoptimalkan nilai perusahaan berarti juga mengoptimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan membuktikan semakin sejahteranya pemilik perusahaan. Nilai perusahaan akan tumbuh jika perusahaan tidak hanya memperhatikan dimensi ekonomi tetapi juga dimensi sosial dan lingkungan hidup. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (tidak hanya nilai ekuitas, tetapi juga semua klaim keuangan seperti utang, *warranty*, maupun saham preferen) manajer dituntut untuk membuat keputusan-keputusan yang memperhitungkan kepentingan semua *stakeholder*, sehingga manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan kemampuan mencapai tujuan atau mampu mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan ini. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya.

PT.Indojaya Agrinusa Medan adalah suatu perusahaan swasta yang bergerak dibidang produksi pakan ternak dan pembibitan ayam. Kegiatan lingkup yang membangun dan mengkomersialkan ayam pedaging dan pakan ternak, mendirikan bidang industri pasca panen, menjalankan perusahaan bisnis pengolahan semua jenis bahan untuk pembuatan atau produksi pakan ternak. PT.Indojaya Agrinusa berlokasi di Jalan Medan, Tanjung Morawa, KM.12,8, Desa Bangun Sari, Deli Serdang, Medan Sumatera Utara. Lokasi perusahaan PT.Indojaya Agrinusa sangat strategis karena dekat dengan jalan raya sehingga proses pengadaan bahan baku bisa lebih mudah. Selain itu, proses pemasaran produk pakan dapat terlaksana dengan baik.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan cara suatu perusahaan dalam mengelola usahanya yang tidak hanya berguna sebagai kepentingan pemegang saham tetapi juga untuk pihak-pihak diluar perusahaan seperti masyarakat atau komunitas lokal, pemerintah, para pekerja, lembaga swadaya masyarakat serta lingkungan.

Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Good Corporate Governance* (GCG) . *Good Corporate Governance* (GCG) adalah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder*. Menurut *Forum for Corporate Governance Indonesian* (FCGI, 2006) mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai seperangkat peraturan hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya. Dari latar belakang akademis, kebutuhan *Good Corporate Governance* (GCG) timbul berkaitan dengan *principal agency theory*, yaitu untuk menghindari konflik antara principal dan agentnya.<sup>1</sup>

Nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membelinya, jika suatu perusahaan tersebut akan dijual. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Fenomena yang terjadi ketika saya melakukan penelitian pada PT. Indojoya Agrinusa yaitu adanya masalah perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang mana ini akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Saya mendapatkan informasi tersebut melalui bapak manager yang bernama

---

<sup>1</sup> Tunggul, A.Wijaya. 2013. *Internal Audit dan Good Corporate Governance*. Jakarta: Erlangga.

Ahmad Nopa Saici Aibi, dan ibu dari bidang distribusi DOC yang bernama Wigati. Hal inilah yang melatar belakangi perlunya tata kelola yang baik di dalam perusahaan atau yang disebut dengan *Good Corporate Governance* (GCG). Dengan adanya tata kelola yang baik dalam perusahaan diharapkan mampu memberikan keseimbangan antar berbagai kepentingan yang ada di dalam perusahaan.

Keberadaan pasar, produk dan jasa, hubungan tenaga kerja manajemen, hak produk asli, kemasyarakatan, dan komunikasi pemasaran merupakan bagian dari indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nah, **keberadaan pasar beserta produk dan jasa** sangat mempengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu persepsi investor dan harga saham. Artinya, kinerja ekonomi dan kinerja lingkungan bisa menggunakan marketing mix yang mana marketing mix merupakan seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikembalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran, bauran pemasaran ini terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan terhadap produknya, nah untuk mencapai tujuan tersebut kegiatan marketing perusahaan perlu melakukan pembauran, pengintegrasian kegiatan marketing dengan kegiatan lain, salah satunya adalah kegiatan CSR, hal ini sangat memungkinkan dikarenakan bisa meningkatkan brand image perusahaan sebagai perusahaan yang baik sehingga akan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk terutama pada penerima manfaat CSR serta menarik para investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Kemudian ada **hubungan tenaga kerja manajemen beserta hak produk aslinya**, indikator ini juga sangat mempengaruhi suatu nilai perusahaan yaitu persepsi investor dan harga saham dan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, yaitu melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Artinya, investor menyumbangkan social responsibility dalam bentuk premium nilai

saham, yang nantinya akan ada CSR pada annual report, karena investor ingin bersosial dengan membayar saham perusahaan secara premium. Lalu ada **kemasyarakatan dan komunikasi pemasaran**, indikator CSR ini juga sangat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu persepsi investor dan harga saham nah disini bisa diambil dari investasi nilai sosial perusahaan, kedermawanan perusahaan, dan pengembangan perusahaan. Penerapan yang seperti itu akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengembang dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Artinya, dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial, perusahaan harus bertanggungjawab kepada banyak pihak yang berkepentingan (stakeholder). Selanjutnya **Dewan Komisaris dan Dewan Direksi** merupakan salah satu indikator dari *Good Corporate Governance* (GCG) yang dapat mempengaruhi pencapaian nilai perusahaan yaitu persepsi investor dan harga saham. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa dewan komisaris independen dan komite audit mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu persepsi investor dan harga saham, artinya integritas laporan keuangan, keberadaan komite audit diharapkan dapat memberikan nilai tambah terhadap penerapan mekanisme GCG yang pada akhirnya dapat mengurangi terjadinya manipulasi dalam informasi yang disajikan. Selanjutnya dewan komisaris juga merupakan pusat ketahanan dan kesuksesan perusahaan. Karena dia bertugas untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas. Pencapaian tujuan perusahaan tidak terlepas dari peran komisaris independen yang turut mengawasi para manajer agar bekerja dengan berorientasi pada majunya perusahaan, dengan demikian nilai perusahaan akan meningkat.

Akibat yang ditimbulkan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu dapat meningkatkan nilai perusahaan atau tidak yang dilihat oleh persepsi investor dan harga saham. Kemudian akibat yang ditimbulkan dari *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan yaitu dapat mencegah atau mengurangi terjadinya konflik keagenan dalam perusahaan. Jika *Good Corporate Governanve* (GCG) sudah baik maka

perusahaan dianggap sudah dikelola dengan efisien sesuai dengan keinginan pemegang saham. Atau sebaliknya kalau tidak dikelola dengan baik maka nilai perusahaan tidak meningkatkan nilai saham di perusahaan tersebut.

Selanjutnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada setiap perusahaan sangatlah penting, karena dengan adanya CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, jika perusahaan berhasil dalam menerapkan kepedulian sosialnya maka semakin banyak para investor yang ingin menanamkan modal mereka kepada perusahaan tersebut. Nah, CSR yang diterapkan di PT. Indojoya Agrinusa ini yaitu meliputi Japfa4kids, penanganan bencana, pendidikan, pengembangan masyarakat, lingkungan hidup dan K3. Disini akan ditampilkan data CSR dari tahun 2009 sampai tahun 2018.

**Tabel 1.1**

**Program Pelaksanaan CSR PT. Indojoya Agrinusa Tahun 2009-2018**

<b>Tahun</b>	<b>Total Biaya CSR</b>
2009	8.490.000.000
2010	4.353.460.000
2011	1.400.000.000
2012	2.650.000.000
2013	1.300.000.000
2014	3.300.000.000
2015	18.920.000.000
2016	4.500.000.000
2017	52.000.000.000
2018	32.300.270.000

Setelah mengetahui data dari program CSR yang dijalankan oleh PT. Indojoya Agrinusa, berikut ini adalah data dari pelaksanaan GCG yang didapat dari laporan dewan direksi.

**Tabel 1.2****Good Corporate Governance PT. Indojaya Agrinusa Tahun 2009-2018**

Tahun	Jumlah Dewan		Total Aset	ROE	Kinerja Perusahaan
	Komisaris	Direkasi			
2009	3	4	Rp 6.070.137.000	0,507	Rp 14.340.277.000
2010	4	4	Rp 6.980.000.000	0,134	Rp 13.956.000.000
2011	4	4	Rp 8.226.000.000	0,246	Rp 15.633.000.000
2012	3	4	Rp 10.961.000.000	0,406	Rp 17.833.000.000
2013	3	5	Rp 14.918.000.000	0,312	Rp 21.412.000.000
2014	3	5	Rp 15.730.000.000	0,164	Rp 24.459.000.000
2015	3	5	Rp 17.159.000.000	0,314	Rp 25.023.000.000
2016	4	5	RP 18.252.742.000	1,195	Rp 27.063.310.000
2017	6	5	Rp 19.959.548.000	0,513	Rp 29.602.688.000
2018	6	5	Rp23.038.028.000	1,193	Rp 34.012.965.000

Dengan adanya data Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance, maka peneliti juga mendapatkan data nilai perusahaan pada PT. Indojaya Agrinusa.

**Tabel 1.3****Nilai Perusahaan PT. Indojaya Agrinusa Tahun 2009-2018**

Tahun	Total Nilai Perusahaan
2009	Rp 1.605.878
2010	Rp 1.605.878
2011	Rp 1.605.878
2012	Rp 1.666.250
2013	Rp 1.666.250
2014	Rp 1.666.250
2015	Rp 1.666.250

2016	Rp 1.816.250
2017	Rp 1.816.250
2018	Rp 1.879.461

Berdasarkan tabel perkembangan CSR dan GCG diatas terlihat bahwasanya jumlah angka nya mengalami penurunan dan juga kenaikan di setiap tahunnya. Salah satu penyebabnya yaitu kurangnya ketegasan dari pihak yang bertugas dalam menangani program-program CSR dan juga memaksimalkan GCG di perusahaan tersebut. Kemudian, masih banyak juga para anggota yang masih awam pengetahuannya tentang apa itu CSR dan juga GCG.

Nah, dampak dari penurunan dan juga kenaikan jumlah CSR dan GCG di setiap tahunnya, maka akan berakibat terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan tersebut . Dapat dipastikan nilai perusahaan akan mengalami kenaikan dan penurunan juga, sehingga perusahaan bisa dilihat sudah optimal atau belum dari nilai perusahaannya. Maka dari itu, CSR dan juga GCG sangat berpengaruh dalam mengoptimalkan nilai perusahaan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Adanya kesulitan pihak manajemen dalam menentukan faktor - faktor keberhasilan suatu perusahaan untuk meningkatkan keuangan agar lebih optimal.
2. Perusahaan beranggapan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab pemerintah.
3. Perusahaan belum menyadari manfaat *Good Corporate Governance* (GCG).

### **C. Batasan Masalah**

1. Nilai perusahaan dengan menggunakan indikator *Price Book Value* (PBV).
2. *Good Corporate Governance* dengan menggunakan indikator proporsi komisaris independen (KI), ukuran dewan direksi, jumlah komite audit (KA), Dan kepemilikan manajerial (KM).
3. Objek yang diteliti adalah perusahaan yang berada di Medan tepatnya di Tanjung Morawa yaitu PT. Indojoya Agrinusa.

### **D. Perumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan di PT.Indojaya Agrinusa?
2. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap nilai perusahaan di PT.Indojaya Agrinusa?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada PT.Indojaya Agrinusa?

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- 1) Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada PT.Indojaya Agrinusa.
- 2) Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan pada PT.Indojaya Agrinusa.
- 3) Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) secara bersamaan terhadap nilai perusahaan pada PT.Indojaya Agrinusa.

#### **2. Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR)



dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan dan sebagai bukti dari penelitian yang dilakukan.

- 2) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi tentang penerapan dan mekanisme *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.
- 3) Bagi akademik, diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan melihat variabel yang signifikan dari objek yang diteliti.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Corporate Social Responsibility

##### 1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.<sup>1</sup>

Sejak tanggal 23 september 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam. Dalam pasal 74 Undang-Undang tersebut diatur tentang kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Sehingga, tidak ada lagi sebutan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun pengungkapan yang wajib hukumnya. Sementara itu, perkembangan CSRD digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan dengan dicantumkannya informasi CSRD di dalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Murray dan Vogel menilai bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan adalah usaha yang berpihak kepada sosial. Koontz dan Weihrich menemukan bahwa hubungan yang terjalin antara kelompok-kelompok sosial kemasyarakatan dan perusahaan memberi dampak kepada peningkatan keterlibatan sosial dalam keputusan bisnis perusahaan tersebut.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Katiya Nahda, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderatin, dalam Jurnal Siasat Bisnis, Vol.15 No.1, 2011, h. 10.

<sup>2</sup> Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility* pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik, (Depok: Kencana, 2017), h. 28.

CSRD adalah kewajiban sosial swasta atau perusahaan kepada masyarakat dan pemerintah sebagai dampak dari ekspansi bisnisnya yang dimungkinkan telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial kemasyarakatan dimana mereka menjalankan aktivitasnya.<sup>3</sup> Menurut Yusuf Wibisono, implementasi *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:<sup>4</sup>

- 7) Komitmen pimpinannya
- 8) Ukuran dan kematangan sosial
- 9) Regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial atau *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum menyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* merupakan proses lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Schermerhorn (1993) memberi definisi Tanggungjawab Sosial Perusahaan (TSP) sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Secara konseptual, TSP adalah sebuah pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan

---

<sup>3</sup> Ahmad Lamo Said. "*Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif *Governance*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 4 .

<sup>4</sup> Suci Ramona, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderatin", Skripsi, Universitas Pasir Pengaraian, 2017, h. 7.

interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Meskipun sesungguhnya memiliki pendekatan yang relatif berbeda, beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan identik dengan TSP ini antara lain Investasi Sosial Perusahaan (Corporate Social Investment/Investing), Pemberian Perusahaan (Corporate Giving), Kedermawanan Perusahaan (Corporate Philantropy), Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (Corporate Community Relations), dan Pengembangan Masyarakat (Community Development) lihat **Brilliant dan Rice, 1998; Burke, 1988; Suharto, 2006b**).<sup>5</sup>

Kurangnya kualitas SDM menjadi salah satu contoh kasus yang ada di Corporate Social Responsibility, agar SDM nya bagus maka bisa dilihat dari pengukuran kualitas SDM dengan berbagai pendekatan, salah satu pendekatan adalah dengan melihat pengakuan akan kompetensi atau keahliannya.

## 2. Manfaat Corporate Social Responsibility Disclosure

Menurut Branco dan Rodrigues membagi dua manfaat CSRD bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan. Yaitu dari sisi internal dan eksternal.

- a. Adapun beberapa manfaat Internal CSRD, yaitu:
  - 1) Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktivitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki keterampilan tinggi.
  - 2) Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik.
  - 3) Menciptakan budaya perusahaan, kapasitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.

---

<sup>5</sup> Edi Suharto, Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), (Bandung: PT.Refika Aditama, 2007), h. 102-103.

- 4) Dengan dilakukannya CSRD, kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik.
- b. Adapun beberapa manfaat Eksternal CSRD, yaitu:
- 1) Penerapan CSRD akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengembang dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
  - 2) CSRD merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial.
  - 3) Melaksanakan CSRD dan membuka kegiatan CSRD itu secara public merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan khalayak.
  - 4) Kontribusi CSRD terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud paling tidak dalam satu bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (*rewards*) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaringan pengaman” atau *safety nets* bagi perusahaan.

### 3. Laporan Tanggungjawab Sosial

Pemerintah Indonesia sadar betul makna ramah lingkungan dan upaya pengurangan global warming, sehingga sepakat membuat aturan main yang menjadi dasar pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan dan lingkungan, yaitu diterbitkan Undang-Undang No.40 tahun 2007. Pasal 74 ayat 1 UU. No.40 tahun 2007 tersebut menyebutkan bahwa Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Dr.Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 205.

Undang-Undang tersebut tentu bukan hanya sekedar kewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan, melainkan juga mewajibkan melaporkan pelaksanaan tanggungjawab sosial. Laporan tanggungjawab tersebut harus dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), terutama bagi perusahaan berbasis BUMN dan perusahaan lain yang bergerak di bidang eksploitasi sumberdaya alam dan perusahaan yang usahanya bersinggungan atau berkaitan dengan sumberdaya alam.

Laporan tanggungjawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku berakhir.

Menteri Badan Usaha Milik Negara lewat Keputusan Nomor KEP-04/MBU/2007 yang merupakan penyempurnaan dari surat Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, memberikan arahan secara lebih operasional tentang praktik tanggungjawab sosial (*social responsibility*), terutama bagi perusahaan di lingkungan BUMN.

#### **4. Indikator Corporate Social Responsibility Disclosure**

Terdapat sebanyak 79 indikator CSR menurut GRI yang mana terbagi atas: Ekonomi (9 item), lingkungan (30 item), Tenaga Kerja (14 item), Hak Asasi Manusia (9 item), Kemasyarakatan Sosial (8 item), Produk (9 item), dijelaskan sebagai berikut

Tabel 2.1

<b>INDIKATOR CSR MENURUT GRI</b>	
<b>Indikator Kinerja Ekonomi</b>	Kinerja Ekonomi (4 item)
	Keberadaan Pasar (3 item)
	Dampak Ekonomi Tidak Langsung ( 2 item)
<b>Indikator Kinerja Lingkungan</b>	Material (2 item)
	Energi (5 item)
	Air (3 item)
	Keanekaragaman Hayati (5 item)
	Emisi, Effluent, dan Limbah (10 item)
	Produk dan Jasa (2 item)
	Kesesuaian (1 item)
	Transportasi (1 item)
	Keselarasn (3 item)
<b>Indikator Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak</b>	Pekerjaan (3 item)
	Hubungan Tenaga Kerja Manajemen (2 item)
	Kesehatan dan Keselamatan Kerja (4 item)

	Pendidikan dan Pelatihan (3 item)
	Keanekaragaman dan Kesempatan Setara (2 item)
<b>Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia</b>	Praktik Investasi dan Pengadaan (3 item)
	Non-Diskriminasi (1 item)
	Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok (1 item)
	Tenaga Kerja Anak (1 item)
	Pegawai Tetap dan Kontrak (1 item)
	Hak Produk Asli (1 item)
<b>Indikator Kinerja Masyarakat Sosial</b>	Kemasyarakatan (1 item)
	Korupsi (3 item)
	Kebijakan Publik (2 item)
	Perilaku Anti Persaingan (1 item)
	Kepatuhan (1 item)
<b>Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk</b>	Keselamatan dan Kesehatan Konsumen (2 item)
	Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa (3 item)



	Komunikasi Pemasaran (2 item)
	Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa (3 item)
	Komunikasi Pemasaran (2 item)
	Privasi Konsumen (1 item)
	Kesesuaian (1 item)

### 5. Sejarah Perkembangan *Social Responsibility*

Tanggungjawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggungjawab perusahaan. Hal itu karena, peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustainabilitas pembangunan.

Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan pergeseran dampak negatif industrialisasi memicu illegitimasi masyarakat, karena peningkatan pengetahuannya. Dowling (1975) menyatakan legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat di mana perusahaan berada. Perubahan nilai, norma dan peradaban masyarakat menuntut tanggungjawab perusahaan secara meluas. Disitulah letak peran *social responsibility*, mengingat *social responsibility* merupakan bagian dari perluasan tanggungjawab perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan, *social responsibility* bersifat dinamis, sesuai dengan konteks yang melingkupinya.

Batasan konsep *social responsibility*, mengalami perkembangan dalam sejarah keberadaannya. Mengingat, *social responsibility* salah satunya muncul dari tuntutan *stakeholders*, sebagai akibat bagian dari hak yang dimiliki

terganggu oleh eksistensi perusahaan. Sesuai dengan metaanalisis dan memperhitungkan karakter dekadanya, perkembangan *social responsibility* di *breakndown* menjadi tiga periode, yaitu (Solihin Ismail, 2008):

1. Perkembangan awal yang masih diwarnai komsep tradisional yaitu antara 1950-1960.
2. Perkembangan pertengahan antara tahun 1970-1980.

## **6. Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) dalam Perspektif Islam**

Dalam konteks ini, CSRD dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSRD Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. CSRD dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi.

Menurut Islam, CSRD harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati. Bisnis dalam Islam memiliki posisi sangat mulia sekaligus strategis karena tidak sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan diperintahkan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an.

Allah berfirman di surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ  
جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan

kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S Al-Baqarah : 148).<sup>7</sup>

Pada dasarnya Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban dalam segala hal dan ruang lingkup, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lainnya. Tanggung jawab sosial tertuju kepada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat sekitar perusahaan. Praktik CSRD dalam Islam menekankan pada etika bisnis Islami.

Pelaksanaan CSRD dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, Islam juga memerintahkan praktik CSRD pada lingkungan. Pelestarian lingkungan merupakan salah satu inti ajaran Islam.<sup>8</sup>

Hasil penelitian yang telah dilakukan Dahlia dan Siregar menemukan bahwa aktivitas CSRD terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan tetapi tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan. Pengungkapan sosial perusahaan meliputi rincian dari lingkungan fisik, energi, sumber daya manusia, produk dan hal-hal yang terkait dengan kemasyarakatan.

Terdapat empat alasan perusahaan melakukan tanggung jawab sosial, yaitu:

1. Perusahaan harus bertanggung jawab kepada banyak pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) karena hal ini merupakan hal benar yang harus dilakukan (moralitas).
2. Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) karena pertimbangan kompensasi.

---

<sup>7</sup> *Ibid*, h.23.

<sup>8</sup> Nurwahidah, "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)", Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, 2016, h.36.

Hal ini lebih dikenal dengan sebutan pemurnian kepentingan diri sendiri,

3. Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan *stakeholder* perusahaan karena tindakan tersebut akan tercerminkan didalam tingkat laba yang lebih tinggi dan di dalam peningkatan harga saham perusahaan,
4. Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap *stakeholder* untuk menghindari campur tangan kelompok-kelompok yang ada dalam lingkungan kerja dalam pengambilan keputusan manajerial.

Konsep syari'ah *Corporate Social Responsibility* adalah berdasarkan konsep sosial masalah. Secara etimologis masalah merupakan kebaikan, kebermanfaatan, kepantasan, kelayakan, keselarasan, dan kepatutan. Konsep masalah menyediakan kerangka kerja untuk membuat keputusan dan mekanisme dalam suatu entitas untuk beradaptasi dengan berbagai perubahan, terutama agar entitas bersedia dan berkomitmen untuk melakukan praktik CSR secara efisien. Mewujudkan mashlahah merupakan tujuan utama hukum islam (syari'ah). Program CSR dalam islam harus sesuai dengan mashlahah dan maqasaid al-shari'ah, mewajibkan untuk mengedepankan kepentingan al-dharuriyyah tercapai terlebih dahulu, dilanjutkan kepentingan al-hajiyyah dan al-tahsiniyyah. Pelaporan CSR dalam perspektif konsep sosial mashlahah diharapkan mampu membawa bisnis yang relevan dengan kondisi lingkungan saat ini. Pelaporan CSR oleh perusahaan juga diharapkan mampu memaksimalkan fungsi dan perannya dengan cara-cara yang islami yang berujung pada kebaikan atau kemanfaatan dan terhindarkan dari keburukan atau kerusakan, yang pada gilirannya yakni terealisasinya kemakmuran dan kesejahteraan di muka bumi dan kemurnian pengabdian kepada Allah SWT.

## ***B. Good Corporate Governance***

### **1. Pengertian Good Corporate Governance**

*Good Corporate Governance* (GCG) adalah sistem dan struktur untuk mengelola perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham (*stakeholders value*) serta mengakomodasi berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

*Corporate Governance* juga mensyaratkan adanya struktur, perangkat untuk mencapai tujuan, dan pengawasan atas kinerja. *Corporate Governance* yang baik dapat memberikan perangsang atau isentif yang baik bagi manajemen untuk mencapai tujuan yang merupakan kepentingan perusahaan dan penegang saham dan harus memfasilitasi pemantauan yang efektif, sehingga mendorong perusahaan untuk menggunakan sumber daya dengan lebih efisien.

*Good Corporate Governance* merupakan kerangka, struktur, pola, sistem yang menjelaskan, mengarahkan dan, mengendalikan hubungan antara *shareholders, management, creditors, government, dan stakeholders* lainnya dalam hak-hak dan kewajiban masing-masing pihak tertentu.

*Good Corporate Governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditor, pemerintahan, karyawan, serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. Tujuan *corporate governance* ini adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Untuk mendukung dan mewujudkan hal tersebut maka ada beberapa indikator pendukung mekanisme GCG, diantaranya Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Dewan Direksi, dan Dewan Komisaris.

Pentingnya *Good Corporate Governance*:

- 1) Menumbuhkan kepercayaan investor baik asing maupun domestik pada pasar modal Indonesia
- 2) Sebagai acuan investor dalam melakukan evaluasi sebelum mengambil keputusan investasi

- 3) Perlindungan kepada investor
- 4) Pelaksanaan *Good Corporate Governance* sebagai titik tolak perbaikan budaya kerja perusahaan kearah yang lebih baik.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* adalah sistem yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha untuk menaikkan nilai saham, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada stakeholders, karyawan, kreditor, dan masyarakat sekitar. *Good Corporate Governance* berusaha menjaga keseimbangan di antara pencapaian tujuan ekonomi dan tujuan masyarakat. Tantangan dalam *Good Corporate Governance* adalah mencari cara untuk memaksimalkan penciptaan kesejahteraan sedemikian rupa sehingga tidak membebankan ongkos yang tidak patut kepada pihak ketiga atau masyarakat luas.

Ditahun 2016 silam, karyawan PT. Indojaya Agrinusa pernah bermasalah dengan peternak ayam, hal ini disebabkan tersendatnya beberapa uang peternak sehingga agak menggoyangkan kinerja perusahaan *Good Corporate Governance* mungkin belum optimal untuk diterapkan.

## **2. Tujuan *Good Corporate Governance***

Adapun tujuan yang ingin didapat dalam penerapan *Good Corporate Governance* dalam sebuah usaha yang ingin dicapai, yaitu:<sup>9</sup>

- 1) Memaksimalkan nilai perseroan bagi pemegang saham dengan cara meningkatkan lima prinsip *Good Corporate Governance* agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional, serta dengan demikian menciptakan iklim yang mendukung investasi.
- 2) Mendorong pengelolaan perseroan secara profesional, transparan dan efisien serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian komisaris, direksi dan RUPS.

---

<sup>9</sup> Eddi Wibowo, Memahami *Good Government Governance dan Good Corporate Governance* (Yogyakarta: Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia, 2004), h. 85.

- 3) Mendorong pemegang saham, anggota komisaris dan direksi dalam menuntut keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap undang-undang.

### 3. Good Corporate Governance dalam Perspektif Islam

Tata kelola perusahaan yang baik, yang dalam terminologi modern disebut sebagai Good Corporate Governance berkaitan dengan Al-qur'an dan hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani.

Good Corporate Governance sangat dianggap sebagai suatu perbuatan yang baik dalam Islam, sehingga setiap individu dalam perusahaan harus memiliki rasa pertanggungjawaban yang tinggi dalam pekerjaan mereka sebagaimana yang dinyatakan dalam ayat Al-qur'an berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَتَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ  
وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿٢٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (Q.S. Al-Anfaal:27).

Dalam pandangan Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, bersih, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Rasulullah SAW. Bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani.

اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ اِذَا عَمِلَ اَهْدَكُمْ عَمَلًا اَنْ يُّنْقِنَهُ

Yang artinya “Sesungguhnya Allah mencintai orang yang jika melakukan suatu pekerjaan dilakukan secara Itqan (tepat, terarah, jelas, dan tuntas)”<sup>10</sup>

Muqorobin menyatakan bahwa Good Corporate Governance dalam Islam harus mengacu pada prinsip-prinsip berikut ini:<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Abul Qasim Sulaiman bin Ahmad al-Lakhmiy ath-Thabrani, Mu'jam Al-Ausath (Kairo: Dar-Al Haramain, 1415 H), juz I. h. 897.

### 1. Tauhid

Tauhid merupakan fondasi utama seluruh ajaran Islam. Tauhid menjadi dasar seluruh konsep dan seluruh aktivitas umat Islam, baik dibidang ekonomi, politik, sosial maupun budaya.<sup>12</sup>

Hakikat tauhid juga berarti penyerahan diri yang bulat kepada kehendak ilahi. Baik menyangkut ibadah maupun muamalah. Sehingga semua aktivitas yang dilakukan adalah dalam rangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai kehendak Allah.

Apabila seseorang ingin melakukan bisnis, terlebih dahulu ia harus mengetahui dengan baik hukum agama yang mengatur perdagangan agar ia tidak melakukan aktivitas yang haram dan merugikan masyarakat. Dalam bermuamalah yang harus diperhatikan adalah seharusnya menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah yang tertuntun oleh nilai-nilai ketuhanan.<sup>13</sup>

### 2. Taqwa dan Ridha

Prinsip atau azas taqwa dan ridha menjadi prinsip utama tegaknya sebuah institusi Islam dalam bentuk apapun azas taqwa kepada Allah dan ridhaNya. Tata kelola bisnis dalam Islam juga harus ditegakkan di atas fondasi taqwa kepada Allah dan ridha-Nya.

Dalam melakukan suatu bisnis hendaklah atas dasar suka sama suka atau sukarela. Tidaklah dibenarkan bahwa suatu perbuatan muamalah, misalnya perdagangan, dilakukan dengan pemaksaan ataupun penipuan. Jika hal ini terjadi, dapat membatalkan perbuatan tersebut. Prinsip ridha ini menunjukkan keikhlasan dan iktikad baik dari para pihak.

### 3. Ekuilibrium (keseimbangan dan keadilan)

Tawazun atau mizan (keseimbangan) dan al-'adalah (keadilan) adalah dua buah konsep tentang ekuilibrium dalam Islam. Tawazun lebih banyak digunakan dalam menjelaskan fenomena fisik, sekalipun memiliki implikasi sosial, yang

<sup>11</sup> Muqorobin Masyudi., Fikih Tata Kelola Organisasi Laba: Sebuah Pengantar (Universitas Muhammadiyah: Purwokerto) h.4

<sup>12</sup> Amiur Nuruddin, Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012) h.52

<sup>13</sup> Mardani., *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. (Jakarta: Kencana. 2012), h.6



kemudian sering menjadi wilayah al-adalah atau keadilan sebagai manifestasi tauhid khususnya dalam konteks sosial kemasyarakatan, termasuk keadilan ekonomi dan bisnis.

Dalam konteks keadilan (sosial), para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku besar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi segala kewajibannya.

#### 4. Kemaslahatan

Secara umum, mashlahat diartikan sebagai kebaikan (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Para ahli ushul fiqh mendefinisikannya sebagai segala sesuatu yang mengandung manfaat, kebaikan dan menghindarkan diri dari mudharat, kerusakan dan mufsadah. Imam al Ghazali menyimpulkan bahwa maslahat adalah upaya untuk mewujudkan dan memelihara lima kebutuhan dasar, yakni:<sup>14</sup>

- a. Pemeliharaan agama (hifzud-din)
- b. Pemeliharaan jiwa (hifzun-nafs)
- c. Pemeliharaan akal (hifzul-‘aql)
- d. Pemeliharaan keturunan (hifzun-nasl)
- e. Pemeliharaan harta benda (hifzhul-maal).

Konsep syari’ah *Good Corporate Governace* yaitu bersumber dari Al-qur’an dan Hadist. Ada 5 (lima) sifat yang harus dimiliki oleh dewan syari’ah di setiap perusahaan untuk mensejahterakan perusahaannya. 5 (lima) sifat itu adalah:

1. Amanah : merupakan sikap yang harus dimiliki oleh setiap muslim yang mencerminkan rasa tanggungjawab dalam menjalankan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat baik (ihsan) apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.
2. Fathanah : merupakan sifat yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis yaitu mempunyai wawasan yang luas mengenai bisnis islami, mempunyai

---

<sup>14</sup>

*Ibid*, h.58

keterampilan (*skill*) atau keterampilan yang banyak dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun jasa.

3. Shiddiq : merupakan kejujuran yang selalu melandasi ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran agama islam. Kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik itu ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu pada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan, dan mitra.
4. Tabligh : merupakan keterbukaan atau transparansi. Ini berhubungan dengan kepemilikan dan perdagangan yang melibatkan banyak pihak, transparansi bisa diwujudkan dalam bentuk pencatatan bagi setiap transaksi atau mengimplementasikan akuntansi sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Pencatatan ini dilakukan tidak hanya agar untuk mengingat transaksi yang terjadi pada masa lalu yang dilengkapi dokumen autentik sebagai bukti transaksi, namun berguna sebagai dasar dalam perhitungan rugi atau laba selama periode tertentu serta besarnya asset yang dimiliki secara adil dan benar sebagai pertanggungjawaban.
5. Istiqamah : merupakan sikap dan perilaku yang konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai di atas walau dihadapkan pada berbagai godaan dan tantangan. Hanya dengan istiqamah peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka.

### **C. Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai (Salvatore, 2005). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai

perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2000). Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Keown, 2004).

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.<sup>15</sup>

Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. *Price to book value* (PBV) merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi. Formula untuk menghitung *price to book value* ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut :

$$Price\ to\ book\ value = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung

$$Book\ value\ per\ share = \frac{\text{total ekuitas}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$$

Menurut Husnan PBV mempunyai beberapa keunggulan sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> I Ketut Prasantia Noor dan Ida Bagus Putra Astika, Perbedaan Kinerja dan Nilai Perusahaan Sebelum dan Setelah Pergantian *Chief Executive Officer*, Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.17, No.2, November 2016, Hlm 1070-1071.

1. Nilai buku mempunyai ukuran intuitif yang relatif stabil yang dapat diperbandingkan dengan harga pasar. Investor yang kurang percaya dengan metode *discounted cash flow* dapat menggunakan *price book value* sebagai perbandingan.
2. Nilai buku memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan. PBV dapat diperbandingkan antara perubahan-perubahan yang sama sebagai petunjuk adanya *under* atau *overvaluation*.
3. Perusahaan-perusahaan dengan *earning negatif*, yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan *price earning ratio* (PER) dapat dievaluasikan dengan PBV.<sup>16</sup>

Sedangkan tujuan perusahaan perspektif Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan setinggi-tingginya, meskipun di dalam Islam tidak menginginkan adanya eksploitasi dalam mencari keuntungan, tapi Islam menganjurkan pada umatnya untuk meraih kebaikan dunia dan akhirat.

Fenomena yang sering terjadi di perusahaan-perusahaan yang sedang berkembang yaitu mengenai laporan keuangan yang belum optimal. Selain produk yang tidak dapat bersaing, masalah laporan keuangan juga sering menjadi penyebab perusahaan gulung tikar (bangkrut).

#### **D. Akuntansi Sosial**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam akuntansi termasuk dalam cabang akuntansi sosial, dimana dapat terlihat dengan jelas dari makna CSR itu sendiri serta motivasi umum pembentukannya yang secara awam berupa kemandirian masyarakat, perbaikan nasib baik karyawan maupun masyarakat, perbaikan lingkungan, serta stabilitas keamanan dan sosial.

Akuntansi sosial adalah proses mengkomunikasikan dampak sosial dari tindakan ekonomi organisasi untuk kepentingan kelompok tertentu dalam masyarakat dan untuk masyarakat luas.

---

<sup>16</sup> Riska Pranita, *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Aqli, 2018) h.6.

Akuntansi sosial umumnya digunakan dalam konteks bisnis, atau tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), meskipun setiap organisasi, termasuk lembaga swadaya masyarakat, lembaga amal, dan lembaga pemerintah dapat terlibat dalam akuntansi sosial.

Istilah akuntansi sosial sebenarnya bukan merupakan istilah baku dalam akuntansi. Para pakar akuntansi membuat istilah masing-masing untuk menggambarkan transaksi antara perusahaan dengan lingkungannya, diantaranya:

1. D.Crowther mendefinisikan akuntansi sosial adalah “sebuah pendekatan untuk melaporkan kegiatan perusahaan yang menekankan kebutuhan untuk mengidentifikasi perilaku sosial yang relevan, penentuan mereka kepada siapa perusahaan bertanggung jawab untuk kinerja sosial dan pengembangan tindakan yang tepat dan teknik pelaporan”.
2. Belkoui membuat suatu terminology *socio economic accounting* (SEA) yang berarti “proses pengukuran, pengaturan dan pengungkapan dampak pertukaran antara perusahaan dengan lingkungannya”.
3. Hadibroto, Bambang Sudibyso dan para pakar akuntansi di Indonesia menggunakan istilah akuntansi pertanggung jawaban sosial sebagai “akuntansi yang memerlukan laporan mengenai terlaksananya pertanggung jawaban sosial perusahaan”.
4. Hendriksen menggambarkan akuntansi sosial sebagai “suatu pernyataan tujuan, serangkaian konsep sosial dan metode pengukurannya, struktur pelaporan dan komunikasi informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan” pernyataan Hendriksen tersebut memberikan gambaran tentang hubungan mendasar antara konsep akuntansi sosial dengan informasi yang dihasilkan, sehingga secara kongkret informasi tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, pada dasarnya definisi yang diberikan oleh para pakar akuntansi mengenai akuntansi sosial memiliki karakteristik yang sama, yaitu akuntansi sosial berkaitan erat dengan masalah : penilaian dampak sosial dari kegiatan entitas bisnis, mengukur kegiatan tersebut, melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sistem informasi internal dan eksternal atas penilaian terhadap sumber-sumber daya perusahaan dan dampaknya secara sosial ekonomi.

Terdapat beberapa tujuan dari akuntansi sosial yaitu:

- a. Memberikan informasi yang memungkinkan pengaruh kegiatan perusahaan terhadap masyarakat dapat di evaluasi.
- b. Membantu menentukan apakah strategi dan praktek perusahaan secara langsung mempengaruhi relatifitas sumber daya dan status individu, masyarakat dan segmen-segmen sosial.
- c. Memberikan dengan cara yang optimal kepada semua kelompok sosial mengenai tujuan, kebijakan, program, strategi, dan kontribusi suatu perusahaan terhadap tujuan-tujuan sosial perusahaan.

## **E. KAJIAN TEORI**

### **1. Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.<sup>17</sup>

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, h. 87.

Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Teori legitimasi adalah teori yang melandasi pengungkapan CSR. Menurut Rani dalam Bachtiar, dalam teori legitimasi, dinyatakan bahwa suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan segala aktivitasnya jika itu memang yang diharapkan oleh komunitas untuk menjamin operasi perusahaan berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat diartikan sebagai alat bagi perusahaan untuk berperilaku dalam koridor-koridor yang secara sosial dapat diterima oleh lingkungan dan masyarakat.<sup>18</sup>

Legitimasi merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wacana untuk mengkonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.<sup>19</sup>

Teori legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara struktur GCG, dalam hal ini adalah ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, ukuran komite audit, ukuran dewan pengawas syariah, kepemilikan institusional, kepemilikan manjerial dan leverage dengan pengungkapan CSR.<sup>20</sup>

Penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa program CSR dilakukan perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa mendatang. Teori legitimasi berguna bagi perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas serta kinerjanya bisa diterima oleh masyarakat.

---

<sup>18</sup> Bachtiar Yusuf, "Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perbankan Syariah, (Skripsi STAIN Pekalongan, 2016), h. 17.

<sup>19</sup> *Ibid.*, h. 17.

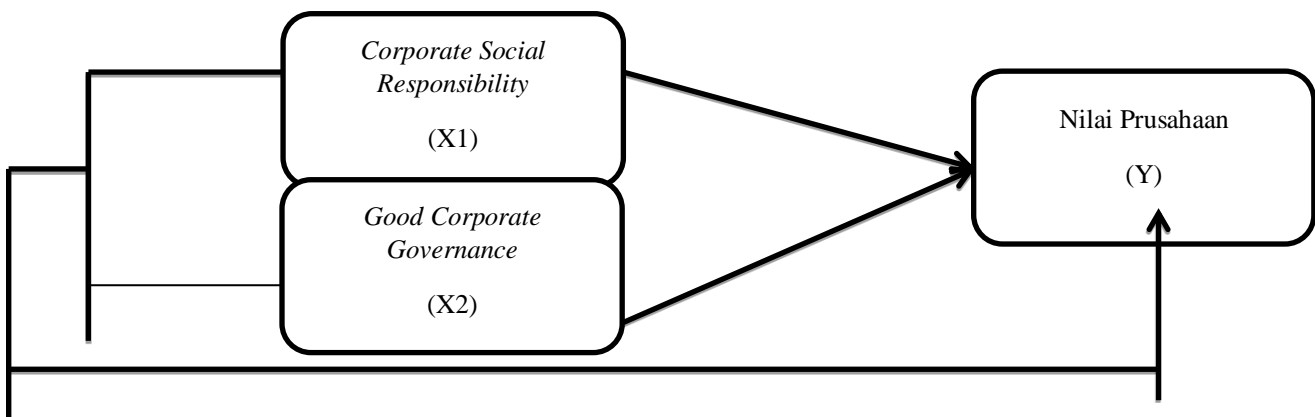
<sup>20</sup> Amirul Khoirudin, "*Corporate Governance* dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perbankan Syariah di Indonesia". (Skripsi, Univeritas Negeri Semarang, 2013), h. 15.

## F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan dari pengungkapan di atas, peneliti mencoba menguji pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan pada PT.Indojaya Agrinusa yang beralamat di kota Medan, Tanjung Morawa. Berikut ini disajikan gambar kerangka teoritis dalam penelitian ini.

**Gambar 2.1**

### Kerangka Konseptual



## G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Secara teknik, hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya melalui data yang diperoleh dari sampel penelitian. Secara statistik, hipotesis merupakan pernyataan keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sampel. Didalam hipotesis itu terkandung sebuah ramalan. Ketetapan ramalan itu tergantung pada penguasaan peneliti itu atas ketetapan landasann teoritis dan generalisasi yang telah dibacakan pada sumber-sumber acuan ketika melakukan telaah pustaka.<sup>21</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

<sup>21</sup> Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 67.



Ho<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ha<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ho<sub>2</sub>: *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT. Indojoya Agrinusa Periode 2009-2018

Ha<sub>2</sub>: *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT. Indojoya Agrinusa Periode 2009-2018

Ho<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT. Indojoya Agrinusa Periode 2009-2018

Ha<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT. Indojoya Agrinusa Periode 2009-2018.

**Tabel 2.2**

**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	I Gusti Ayu Purnamawati, dkk (2017)	<i>Good Corporate Governance</i> dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Dependen: Nilai Perusahaan  Independen : <i>Good Corporate Governance</i>  Moderating Variabel:	Analisis Regresi Hirarki	Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.  Kepemilikan Institusional berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.  CSR belum mampu memoderasi hubungan antara Kepemilikan Institusional dengan Nilai Perusahaan

			<i>Corporate Social Responsibility</i>		
2.	Ayu Kemala Putri (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi	MRA ( <i>Moderated Regression Analysis</i> ).	CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Dewan Komisaris yang ukurannya besar kurang efektif dari pada dewan yang ukurannya kecil.
3.	Riana Anugrah Fitri dan Eliada Herwiyanti	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>Good Corporate Governance</i>	Analisis Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	1. CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. 2. GCG tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
4.	Wardoyo dan Theodora Martina Veronica (2013)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social</i>	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: 1. <i>Good</i>	Analisis Korelasi, Determinasi, Uji t, Uji f,	<i>Good Corporate Governance</i> yang diukur dengan variabel ukuran dewan direksi memiliki Pengaruh secara Signifikan terhadap Nilai Perusahaan

		<i>Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Corporate Governance</i> 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> 3. Kinerja Keuangan	dan Regresi Linear Berganda	sedangkan variabel <i>Good Corporate Governance</i> lainnya, yaitu ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris dan jumlah anggota komite audit tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.  <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan  Kinerja Perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan  <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Kinerja Perusahaan</i> Secara bersama – sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
5	Eny Maryanti dan Wildah Nihayatul Fithri (2017)	Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dan Pengaruhnya pada Nilai Perusahaan.	Variabel Dependen: 1. Kinerja Keuangan 2. Nilai Perusahaan Variabel Independen: 1. Corporate Social Responsibility 2. Good Corporate Governance 3. Kinerja Lingkungan	Teknik Path Analisis	Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.  Good Corporate Governance yang dibentuk dengan kepemilikan institusi dan komite audit tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan Good Corporate Governance yang dibentuk dengan kepemilikan manjerial, dewan komisaris dan komisaris independen berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan

					<p>perusahaan. Kepemilikan manajerial, dewan komisaris dan komisaris independen secara tidak langsung melalui kinerja keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dan komite audit secara tidak langsung melalui kinerja keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
--	--	--	--	--	--

#### H. Perbedaan dan Persamaan dengan Kajian Terdahulu

I Gusti Ayu Purnamawati, dalam penelitiannya dengan judul *Good Corporate Governance* dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Social Responsibility Disclosure*, yang membedakannya adalah di penelitian terdahulu terdapat 1 (satu) variabel X dan 1 (satu) variabel Y, sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti ada *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Ayu Kemala Putri, dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi, yang membedakannya adalah di penelitian terdahulu terdapat variabel X yaitu CSR dengan ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel moderasi, sedangkan persamaannya adalah sama-sama ada meneliti *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Riana Anugrah Fitri dan Eliada Herwiyanti, dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan, yang membedakannya adalah di penelitian terdahulu hanya meneliti *Good Corporate Governance* tidak spesifik sampai karakteristiknya sedangkan persamaannya adalah sama-sama ada meneliti

*Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Wardoyo dan Theodora Martina Veronica, dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan, yang membedakannya adalah di penelitian terdahulu terdapat 3 (tiga) variabel X dan 1 (satu) variabel Y, sedangkan persamaannya adalah sama-sama ada meneliti *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Eny Maryanti dan Wildah Nihayatul Fithri, dalam penelitiannya dengan judul *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan dan Pengaruhnya pada Nilai Perusahaan, yang membedakannya adalah di penelitian terdahulu terdapat 3 (tiga) variabel X dan 2 (dua) variabel Y, sedangkan persamaannya adalah sama-sama ada meneliti *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif dengan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian kuantitatif menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol.<sup>1</sup>

Penelitian ini juga termasuk jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel.<sup>2</sup>

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

#### **B. Lokasi & Waktu penelitian**

##### **1) Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada perusahaan PT.Indojaya Agrinusa.

##### **2) Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan sejak bulan Desember 2019 sampai Juni 2020.

---

<sup>1</sup> Asep Saepul Hamdi, "Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan", (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014), h.5.

<sup>2</sup> Kris H. Timotius, Pengantar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Andi, 2017), h.16.

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan	2019	2020												2021	
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	
1.	Tahap Persiapan															
2.	Pengajuan Judul															
3.	Penyusunan Proposal															
4.	Bimbingan Proposal															
5.	Seminar Proposal															
6.	Pelaksanaan Penelitian															
7.	Penyusunan Penelitian															
8.	Sidang Akhir															

### C. Populasi dan Sampel

#### 1) Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dan seterusnya.<sup>3</sup>

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan PT. Indojaya Agrinusa dan mempublikasikan laporan keuangan (financial report) terkait dengan CSR dan GCG selama periode 2009 sampai dengan 2018.

<sup>3</sup> Drs. Kuntjojo, "Metode Penelitian", (Yogyakarta: BPFE, Cetakan I, 2009), h.32.

## 2) Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Sampel yang baik, yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi, adalah sampel yang bersifat representative atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi.<sup>4</sup>

Pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode purposive sampling (sampel bertujuan). Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan alasan tertentu, bisa dikarenakan alasan mudah lainnya sehingga layak dijadikan sampel.<sup>5</sup> Dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu:

- a). Perusahaan agribisnis sub sektor ternak
- b). Menyediakan laporan tahunan lengkap selama tahun 2009-2018
- c). Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan kriteria, PT. Indojaya Agrinusa memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel pada penelitian ini. Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang sudah terseleksi dengan memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Selanjutnya peneliti akan mengolah data laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor ternak untuk periode 2009-2018. Perusahaan tersebut uji untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, h.33.

<sup>5</sup> Laylan Syafina, *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, 2018, h.14.



## **D. Jenis dan Sumber Data**

### **1) Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan.

### **2) Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Peneliti memperoleh data dari Annual Report PT.Indojaya Agrinusa Medan.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu dengan cara mencari data laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan mulai dari tahun 2009-2018 yang diperoleh melalui annual report. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan, laporan alokasi dana CSR atau informasi tanggung jawab sosial perusahaan, dan laporan GCG dari perusahaan PT. Indojaya Agrinusa.

## **F. Definisi Operasional**

Defenisi operasional adalah penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur construct menjadi variabel peneliti yang dapat diuji.<sup>6</sup> Variabel merupakan suatu sifat yang dapat memiliki berbagai macam nilai, atau bahasa lainnya suatu yang bervariasi. Variabel biasanya ditandai dalam bentuk simbol atau lambang (umumnya digunakan simbol x dan y) yang padanya dilekatkan bilangan atau nilai. Cara paling bermanfaat dalam menggolong-golongkan variabel adalah dengan membeda-bedakannya menjadi

---

<sup>6</sup> Achmad Sani dan Masyhuri Machfudz, “*Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*”, h.200

variabel independen dan dependen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Perusahaan**

No	Variabel	Definisi Operasional	Parameter	Skala Ukur
1	Nilai Perusahaan (Y)	“Nilai perusahaan yang sudah go public tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, sedangkan pengertian nilai perusahaan yang belum go public nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total) aktiva dan prospek perusahaan, resiko usaha, lingkungan usaha, dan lain-lain).	Price Book Value $PBV = \frac{\text{Harga saham perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$	Rasio
2	Corporate Social Responsibility (X <sub>1</sub> )	“Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang di arahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas”.	$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ Ket: CSR <sub>ij</sub> = Corporate Social Responsibility Index $\sum X_{ij}$ = Jumlah item diungkapkan perusahaan $N_j$ = Jumlah item perusahaan j, $N_j \leq 79$	Rasio
3	Good Corporate Governance (X <sub>2</sub> )	“Tata kelola perusahaan yang baik sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan peran dewan komisaris, peran direksi, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik juga disebut sebagai suatu proses yang transparan atas	DK = $\sum$ Dewan Komisaris Perusahaan DD = $\sum$ Dewan Direksi Perusahaan	Rasio

		penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya, dan penilaian kinerjanya.		
--	--	--	--	--

## G. Analisis Data

Metode analisis data digunakan dalam perusahaan ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT.Indojaya Agrinusa.

### 1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan model penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Penelitian ini menjabarkan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi.<sup>7</sup>

Program SPSS merupakan alat bantu dalam metode analisis data. Berdasarkan data olahan SPSS yang meliputi *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, dan Nilai Perusahaan maka akan diketahui nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel.

### 2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Regresi OLS ada dua macam yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Regresi linear sederhana adalah regresi linear dengan satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Sedangkan regresi linear berganda adalah regresi linear dengan satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas.<sup>8</sup> Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa uji yaitu:

<sup>7</sup> Arfan Ikhsan, et.all., "Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, h.33.

<sup>8</sup> *Ibid.*, h.186

### (a) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebuah model regresi linear yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Cara uji normalitas adalah dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Pengujian normalitas dengan analisis grafik dapat melihat grafik histogram dan normal P-P Plot. Untuk grafik histogram tidak condong ke kiri dan ke kanan maka data penelitian berdistribusi normal, dan sebaliknya. Sedangkan normal P-P Plot adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Sedangkan cara menguji normalitas dengan uji statistik adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria jika nilai sig, atau profitabilitas  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal, dan jika nilai sig, atau profitabilitas  $< 0,05$ , maka data berdistribusi tidak normal.<sup>9</sup>

### (b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai tolerance  $< 0,10$  dan  $VIF > 10$ , maka terjadi multikolinearitas.

### (c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, h.150.

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.<sup>10</sup>

#### (d) Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik tidak terdapat masalah autokorelasi.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada time series (runtut waktu) dan tidak hanya dilakukan pada tata cross section seperti pada kuisisioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Deteksi autokorelasi dilakukan dengan uji statistik Durbin-Watson.

- Deteksi Autokorelasi Positif:
  - Jika  $d < dL$  maka terdapat autokorelasi positif
  - Jika  $d > dU$  maka tidak terdapat autokorelasi positif
  - Jika  $dL < d < dU$  maka pengujian tidak ada kesimpulan yang pasti
- Deteksi Autokorelasi Negatif:
  - Jika  $(4-d) < dL$  maka terdapat autokorelasi negatif

---

<sup>10</sup> Echo Perdana K, "Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22". (Bangka Belitung, Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), h.49).

- Jika  $(4-d) > dU$  maka tidak terdapat autokorelasi negatif
  - Jika  $dL < (4-d) < dU$  maka pengujian tidak ada kesimpulan yang pasti.
- Keterangan:
    - $d$  = Nilai Durbin-Watson
    - $dL$  = Batas bawah DW
    - $dU$  = Batas atas DW<sup>11</sup>

### 3) Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.<sup>12</sup>

Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 GCG$$

Keterangan:

$Y$  = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Corporate Social Responsibility

$X_2$  = Good Corporate Governance

## H. Pengujian Hipotesis

### 1) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan

---

<sup>11</sup> Ibid., h.52.

<sup>12</sup> Ibid., h.61.

variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.<sup>13</sup>

## 2) Uji t

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah:

- a) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel dan nilai Sig.  $T < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel dan nilai Sig.  $T > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.<sup>14</sup>

## 3) Uji F

Uji F atau lebih dikenal dengan uji simultan adalah uji yang digunakan menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah:

- a) Jika F hitung  $>$  F tabel dan nilai sig.  $F < \alpha = 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika F hitung  $<$  F tabel dan nilai sig.  $F > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, h.36.

<sup>14</sup> *Ibid.*, h.39.

<sup>15</sup> *Ibid.*, h.37

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan**

PT. Indojoya Agrinusa merupakan salah satu perusahaan swasta nasional yang mendapatkan fasilitas penanaman modal dalam negeri (PMDM), dan masih berada pada suatu grup perusahaan besar (Grup Japfa Comfeed). PT. Indojoya Agrinusa (Japfa Comfeed) Medan ini bergerak di bidang industri yaitu pakan ternak, seperti pakan ayam, pakan puyuh, dan pakan ikan. PT. Indojoya Agrinusa berdiri pada tanggal 26 Oktober 1995, pada bulan Desember PT. Indojoya Agrinusa mendapatkan surat akte lainnya berupa Surat Penanaman Modal Dalam Negeri SK BKPM No.671/I/PMDN/5 Desember 1995, kemudian pada bulan yang sama perusahaan mendapatkan Izin Lokasi No.640/65/IL/XII/95. Tanggal 12 Desember PT. Indojoya Agrinusa berdiri berdasarkan Surat Akte Notaris Nomor 131 oleh Notaris Ishara Wisnurwardani, SH. dengan luas bangunan m<sup>2</sup> pada tanah seluas 8 Ha.

PT. Indojoya Agrinusa beroperasi dengan kapasitas produksi 4000 ton/bulan dan dimulai secara komersial pada tanggal 9 Januari sebagai cabang dari PT. Japfa Comfeed Indonesia yang berpusat di Jakarta. Perkembangan PT. Indojoya Agrinusa ditandai dengan adanya penambahan kapital seperti penambahan mesin dan peralatan, perluasan tanah, penambahan fasilitas-fasilitas pendukung dan kendaraan. PT. Indojoya Agrinusa juga telah mendapatkan ISO 9001: Ruang Lingkup Usaha, PT. Indojoya Agrinusa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pakan ternak (animal feed) memproduksi jenis pakan ternak yaitu:

➤ **Pakan Ternak**

Pakan ternak terbagi atas 3 jenis:

- Ayam petelur
- Ayam pedaging
- Anak ayam



➤ Pakan Puyuh

➤ Pakan Ikan

Pakan ikan terbagi atas 2 jenis:

- Pakan apung
- Pakan tenggelam

### **Visi dan misi perusahaan:**

Visi dan misi:

Menjadi penyedia terkemuka dan terpercaya di bidang produk pangan berprotein terjangkau, berlandaskan kerjasama dan pengalaman teruji, dalam upaya memberikan manfaat bagi seluruh pihak terkait.

➤ Terkemuka

- Menjadi yang utama dan selalu diingat
- Menjadi panutan bagi industri sejenis
- Berkembang melalui proses berkesinambungan
- Selangkah lebih maju dalam persaingan

➤ Terpercaya

- Dapat diandalkan oleh segenap pemasok, pelanggan dan karyawan
- Konsisten, dapat dipercaya, aman, berkualitas baik, produk higienis
- Bertanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan sekitar

➤ Terjangkau

- Mengutamakan masyarakat luas
- Kualitas baik dengan harga terjangkau
- Berperan aktif dalam menanggulangi keterbatasan pangan
- Penyedia protein yang efisien, mengarah pada tingkat keuntungan jangka panjang yang mendukung kelangsungan usaha

➤ Produk pangan berprotein

- Mengembangkan usaha di bidang protein dari hewan ternak termasuk unggas dan hewan laut
  - Termasuk usaha utama di bidang pakan, pembiakan dan pemeliharaan ternak, vaksin, dan lain-lain
  - Berujung pada produksi makanan olahan untuk konsumsi manusia
- Kerja sama
- Bekerja sama dan saling membantu satu sama lain tanpa diminta
  - Koordinasi yang sempurna
  - Beroperasi sebagai satu kesatuan
  - Berbeda pendapat tetapi tetap bergerak sebagai satu tim
- Pengalaman teruji
- Memiliki pengalaman teruji di bidang peternakan dan di kawasan berkembang Asia.
- Pihak terkait:
- Karyawan
  - Pelanggan
  - Pemasok
  - Peternak mitra
  - Pemegang saham
  - Masyarakat.

## **2. Deskriptif Data**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (mean), dan nilai standar deviasi, dari variabel CSR (X1), GCG (X2) dan nilai perusahaan (Y).

### a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor yang berkaitan dengan harga saham, yang mana harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaannya juga tinggi, sehingga keberhasilan suatu perusahaan tersebut dapat dinilai dari tingginya harga saham yang diperoleh. Yang diteliti pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang terjadi pada PT. Indojoya Agrinusa periode 2009-2018, nilai perusahaan ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{harga perlembar saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

Dengan demikian maka dapat di deskripsikan tabel yang menunjukkan nilai perusahaan dari PT. Indojoya Agrinusa periode 2009-2018.

**Tabel 4.1**  
**Nilai Perusahaan PT. Indojoya Agrinusa Periode 2009-2018**  
**(Bulanan)**

Nilai Perusahaan										
Bu lan	Tahun									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>1</b>	0,070926	0,044565	0,001360	0,046329	0,038182	0,037772	0,027417	0,018121	0,015639	0,015244
<b>2</b>	0,067609	0,043693	0,001279	0,044786	0,037940	0,037546	0,026416	0,017614	0,015587	0,015233
<b>3</b>	0,064496	0,043024	0,001206	0,043362	0,037706	0,037245	0,025457	0,017147	0,015539	0,015226
<b>4</b>	0,061586	0,042558	0,001139	0,042054	0,037481	0,036870	0,024538	0,016722	0,015494	0,015223
<b>5</b>	0,058880	0,042297	0,061355	0,040864	0,037263	0,036421	0,023661	0,016338	0,015452	0,015223
<b>6</b>	0,056378	0,042239	0,061461	0,039792	0,037053	0,035897	0,022825	0,015995	0,015414	0,015226
<b>7</b>	0,054079	0,042385	0,061316	0,038837	0,036852	0,035300	0,022029	0,015693	0,015379	0,015233
<b>8</b>	0,051984	0,042734	0,060917	0,038000	0,036659	0,034629	0,021275	0,015432	0,015348	0,015244
<b>9</b>	0,050093	0,043287	0,060267	0,037280	0,036474	0,033883	0,020562	0,015212	0,015320	0,015258
<b>10</b>	0,048405	0,044044	0,059364	0,036678	0,036296	0,033064	0,019891	0,015033	0,015296	0,015275

11	0,046922	0,045005	0,058209	0,036193	0,036128	0,032171	0,019260	0,014895	0,015275	0,015296
12	0,045642	0,046169	0,056802	0,035825	0,035967	0,031203	0,018670	0,014799	0,015258	0,015320

Sumber: Data yang diolah

Tabel diatas menunjukkan nilai perusahaan yang terjadi pada PT. Indojoya Agrinusa disetiap bulan pertahunnya. Tabel di atas dalam bentuk statistic deskriptif adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Descriptive Statistik Nilai Perusahaan**

**Descriptive Statistic**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan (Y)	120	.01480	.07093	.0341417	.01603363
Valid N (listwise)	120				

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan penjelasan tabel diatas yaitu dengan jumlah pengamatan sebanyak 120 amatan yang dimulai dari tahun 2009-2018 dengan data secara bulanan, dapat diketahui nilai minium dari nilai perusahaan adalah 0,01480, sementara nilai maksimum dari nilai perusahaan adalah 0,07093. Rata-rata nilai perusahaan adalah 0,0341417 dengan standar deviasi 0,01603363.

**b. Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diteliti pada penelitian ini adalah CSR yang ada di perusahaan PT. Indojoya Agrinusa periode 2009-2018, CSR dihitung dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

$CSR_{ij}$  = Corporate Social Responsibility Index

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

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

Dengan demikian maka dapat di deskripsikan tabel yang menunjukkan nilai *Corporate Social Responsibility* dari PT. Indojaya Agrinusa periode 2009-2018.

**Tabel 4.3**  
***Corporate Social Responsibility* PT. Indojaya Agrinusa Periode 2009-2018**  
**(Bulanan)**

<i>Corporate Social Responsibility</i>										
<b>Bu lan</b>	<b>Tahun</b>									
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>1</b>	0,001746	0,004256	0,002901	0,001360	0,001050	0,000875	0,001974	0,001185	0,001974	0,001885
<b>2</b>	0,002076	0,004322	0,002732	0,001279	0,001050	0,000882	0,002047	0,001111	0,002047	0,001783
<b>3</b>	0,002384	0,004366	0,002571	0,001206	0,001050	0,000897	0,002106	0,001052	0,002106	0,001665
<b>4</b>	0,002670	0,004388	0,002418	0,001139	0,001050	0,000919	0,002150	0,001008	0,002150	0,001533
<b>5</b>	0,002934	0,004389	0,002271	0,001081	0,001050	0,000948	0,002179	0,000979	0,002179	0,001386
<b>6</b>	0,003177	0,004367	0,002132	0,001029	0,001050	0,000985	0,002194	0,000964	0,002194	0,001224
<b>7</b>	0,003397	0,004323	0,002000	0,000985	0,001050	0,001029	0,002194	0,000964	0,002194	0,001048
<b>8</b>	0,003595	0,004257	0,001875	0,000948	0,001050	0,001081	0,002179	0,000979	0,002179	0,000856
<b>9</b>	0,003771	0,004170	0,001758	0,000919	0,001050	0,001139	0,002150	0,001008	0,002150	0,000651
<b>10</b>	0,003925	0,004060	0,001648	0,000897	0,001050	0,001206	0,002106	0,001052	0,002106	0,000430
<b>11</b>	0,004057	0,003928	0,001545	0,000882	0,001050	0,001279	0,002047	0,001111	0,002047	0,000195
<b>12</b>	0,004168	0,003774	0,001449	0,000875	0,001050	0,001360	0,001974	0,001185	0,001974	-0,000055

Sumber: Data yang diolah.

Tabel diatas menunjukkan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dari perusahaan PT. Indojaya Agrinusa di setiap bulan pertahunnya. Tabel diatas dalam bentuk statistic deskriptif adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Descriptive Statistik Corporate Social Responsibility**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (X1)	120	-.00006	.00439	.0018950	.00109882
Valid N (listwise)	120				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan penjelasan tabel diatas yaitu dengan jumlah pengamatan sebanyak 120 amatan yang dimulai dari tahun 2009-2018 dengan data secara bulanan, dapat diketahui nilai minium dari *Corporate Social Responsibility* adalah -0,0006, sementara nilai maksimum dari *Corporate Social Responsibility* adalah 0,00439. Rata-rata *Corporate Social Responsibility* adalah 0,0018950 dengan standar deviasi 0,0109882.

**c. Good Corporate Governance**

*Good Corporate Governance (GCG)* yang diteliti pada penelitian ini adalah GCG yang ada di perusahaan PT. Indojoya Agrinusa periode 2009-2018, GCG dihitung dengan menggunakan rumus:

$$DK = \Sigma \text{ Dewan Komisaris}$$

$$DD = \Sigma \text{ Dewan Direksi}$$

Dengan demikian maka dapat di deskripsikan tabel yang menunjukkan nilai *Good Corporate Governance* dari PT. Indojoya Agrinusa periode 2009-2018.

**Tabel 4.5**  
**Jumlah Anggota Dewan Komisaris dan Dewan Direksi Periode 2009-2018**  
**(Bulanan)**

<i>Good Corporate Governance</i>										
Bulan	Tahun									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4

2	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
3	3	4	4	7	3	3	3	7	6	6
4	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
5	3	4	3	3	3	3	3	3	6	6
6	3	4	4	3	3	3	3	3	6	6
7	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
8	3	3	4	3	3	3	3	3	6	4
9	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
10	3	3	4	3	3	3	3	3	6	4
11	3	4	4	3	3	3	3	3	6	5
12	3	3	4	3	3	3	3	3	6	4

Sumber: Data sekunder yang diolah

Tabel diatas menunjukkan pengungkapan Tata Kelola Perusahaan yang baik (GCG) dari perusahaan PT. Indojaya Agrinusa di setiap bulan pertahunnya.

Tabel diatas dalam bentuk statistic deskriptif adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

***Descriptive Statistik Good Corporate Governance***

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GCG (X2)	120	2.00000	7.00000	3.8916667	1.35842119
Valid N (listwise)	120				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan penjelasan tabel diatas yaitu dengan jumlah pengamatan sebanyak 120 amatan yang dimulai dari tahun 2009-2018 dengan data secara bulanan, dapat diketahui nilai minium dari *Good Corporate Governance* adalah 2, sementara nilai maksimum dari *Good Corporate Governance* adalah 7. Rata-rata *Good Corporate Govenance* adalah 3,8916667 dengan standar deviasi 1,35842119.

## B. Asumsi Klasik

### 1. Uji Asumsi Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Tingkat signifikansi yang digunakan  $\alpha = 0,05$ . Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas  $p$ , dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2013).

Jika nilai probabilitas  $p \geq 0,05$ , maka asumsi normalitas terpenuhi.

Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

**Tabel 4.7 Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

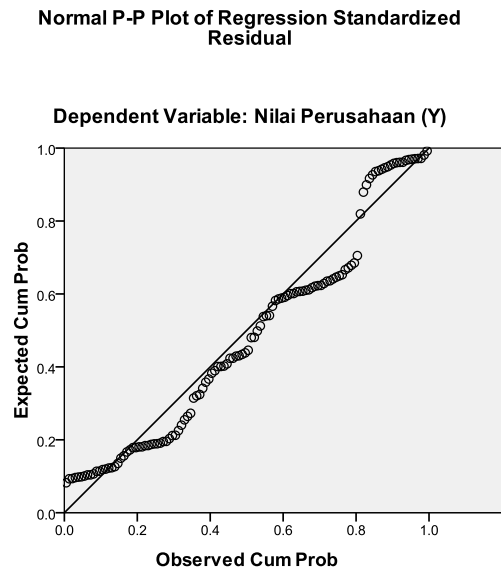
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.01415950
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		1.244
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

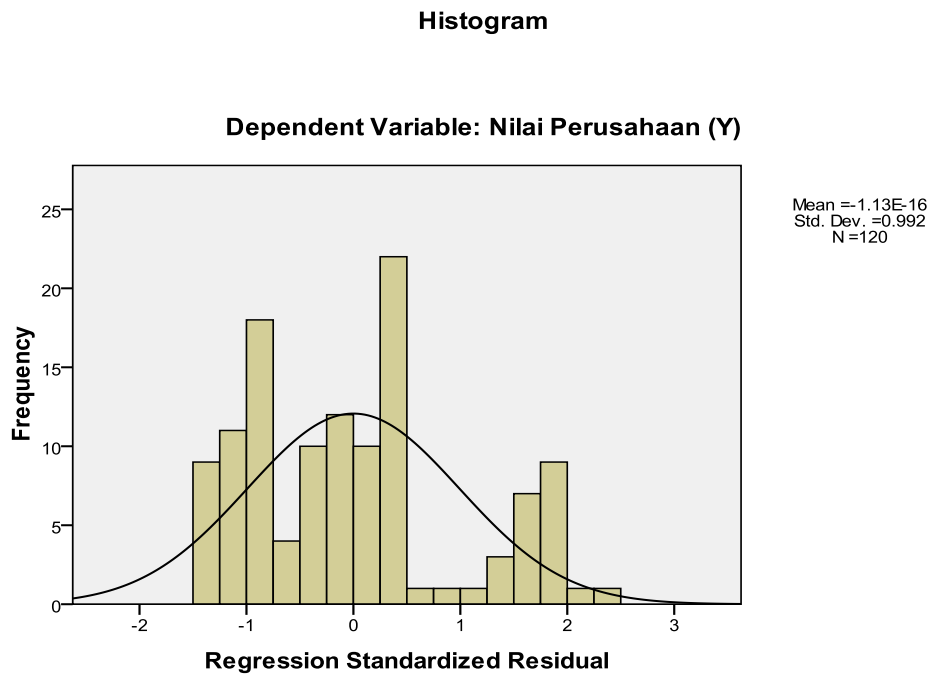
Perhatikan bahwa berdasarkan Tabel 4.7, diketahui nilai probabilitas  $p$  atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,091. Karena nilai probabilitas  $p$ , yakni 0,091, lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi.





**Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Pendekatan *Normal Probability Plot***

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *normal probability plot* (Gambar 4.1) titik-titik cenderung menyebar dekat dengan garis diagonal. Hal ini berarti data telah memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Pendekatan Histogram**

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan histogram (Gambar 4.2) kurva membentuk kurva normal. Hal ini berarti data telah memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR (X1)	.975	1.026
GCG (X2)	.975	1.026

Berdasarkan Tabel 4.8, nilai VIF dari CSR (X1) adalah 1,026 dan nilai VIF dari GCG (X2) adalah 1,026. Diketahui seluruh nilai VIF < 10, maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji statistik Glejser dipilih karena lebih dapat menjamin keakuratan hasil dibandingkan dengan uji grafik plot yang dapat menimbulkan bias. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai *absolute* residualnya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang

ditetapkan sebelumnya (5%). Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.008	.003		2.981	.003
	CSR (X1)	-.310	.694	-.041	-.446	.656
	GCG (X2)	.001	.001	.153	1.659	.100

a. Dependent Variable: abs\_residual

Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui nilai Sig. Glejser dari variabel CSR (X1) adalah  $0,656 > 0,05$ , diketahui nilai Sig. Glejser dari variabel GCG (X2) adalah  $0,100 > 0,05$ . Diketahui seluruh nilai Sig. Glejser dari masing-masing variabel bebas di atas  $0,05$ , maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson. Berikut hasil berdasarkan uji Durbin-Watson.

**Tabel 4.10 Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.207	.01428001	1.397

a. Predictors: (Constant), GCG (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Nilai statistik dari uji Durbin-Watson yang lebih kecil dari 1 atau lebih besar dari 3 diindikasikan terjadi autokorelasi. Berdasarkan Tabel 4.5, nilai dari statistik Durbin-Watson adalah 1,397. Perhatikan bahwa karena nilai statistik Durbin-Watson terletak **di antara 1 dan 3, yakni  $1 < 1,397 < 3$** , maka asumsi non-autokorelasi terpenuhi. Dengan kata lain, tidak terjadi gejala autokorelasi.

### C. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan bila jumlah variabel independennya minimal berjumlah sebanyak 2 variabel independen. Penggunaan analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk menentukan pengaruh variabel bebas yang biasa disebut dengan *X* terhadap variabel tak bebas yang biasa disebut dengan *Y*. Tabel 4.11 merupakan hasil analisis regresi linear berganda.

**Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.038	.005		7.723	.000		
	CSR (X1)	4.852	1.207	.333	4.021	.000	.975	1.026
	GCG (X2)	-.003	.001	-.282	-3.416	.001	.975	1.026

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,038 + 4,852X1 - 0,003X2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasi sebagai berikut:

- ⇒ Diketahui nilai konstanta adalah 0,038. Nilai tersebut dapat diartikan apabila CSR (X1), GCG (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen nilai perusahaan (Y), maka nilai variabel dependen nilai perusahaan (Y) adalah 0,038.
- ⇒ Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel CSR (X1) bernilai positif, yakni 4,852. Nilai tersebut dapat diartikan ketika variabel CSR (X1) naik sebesar 1 satuan, variabel nilai perusahaan (Y) cenderung meningkat sebesar 4,852.
- ⇒ Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel GCG (X2) bernilai negatif, yakni -0,003. Nilai tersebut dapat diartikan ketika variabel GCG (X2) naik sebesar 1 satuan, variabel nilai perusahaan (Y) cenderung turun sebesar -0,003.

#### D. Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji *F*)

Uji *F* bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel tak bebas nilai perusahaan (Y).

**Tabel 4.12 Uji Pengaruh Simultan dengan Uji *F***

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.007	2	.003	16.511	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.024	117	.000		
	Total	.031	119			

a. Predictors: (Constant), GCG (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.12, diketahui nilai *F* hitung 16,511 dan nilai *Sig.* adalah 0,000. Diketahui *F* hitung 16,511 > nilai *F* tabel 3,073 (*F* tabel tersaji di lampiran) dan nilai *Sig.* 0,000 < 0,05, maka CSR (X1), GCG (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

## 2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Tabel 4.13 menyajikan nilai koefisien regresi, serta nilai statistik t untuk pengujian pengaruh secara parsial.

**Tabel 4.13 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.038	.005		7.723	.000		
	CSR (X1)	4.852	1.207	.333	4.021	.000	.975	1.026
	GCG (X2)	-.003	.001	-.282	-3.416	.001	.975	1.026

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.13, diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel CSR (X1) adalah 4,852, yakni bernilai positif. Hal ini berarti variabel CSR (X1) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Diketahui nilai *Sig.*  $0,000 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} = |4,021| > t \text{ tabel } |1,98|$ , maka disimpulkan CSR (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).
2. Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel GCG (X2) adalah -0,003, yakni bernilai negatif. Hal ini berarti variabel GCG (X2) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Y). Diketahui nilai *Sig.*  $0,001 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} = |-3,416| > t \text{ tabel } |1,98|$ , maka disimpulkan GCG (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

### 3. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu nilai (nilai proporsi) yang mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam persamaan regresi, dalam menerangkan variasi variabel tak bebas.

**Tabel 4.14 Koefisien Determinasi****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.207	.01428001	1.397

a. Predictors: (Constant), GCG (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 4.9, diketahui nilai koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0.220. Nilai tersebut dapat diartikan variabel CSR (X1), GCG (X2) secara bersama-sama atau simultan mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Y) sebesar 22%, sisanya sebesar 78% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

## **E. PEMBAHASAN**

Pada sub bab ini akan dijelaskan pembahasan mengenai kemampuan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* dalam mempengaruhi nilai perusahaan dari periode 2009-2018.

### **1. Kemampuan Corporate Social Responsibility Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ( $H_0$ ) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ( $H_a$ ). Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan sesuai parsial membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung adalah  $|4,021| > t \text{ tabel } |1,98|$ , *Sig.*  $0,000 < 0,05$ . Adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori bahwa semakin meningkatnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini meningkat tinggi

maka akan menunjukkan kesejahteraan suatu perusahaan yang mana dapat dilihat dari meningkatnya nilai perusahaan, sehingga para investor pun banyak yang berkeinginan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riana Anugrah Fitri dan Eliada Herwiyanti dengan hasil penelitian bahwa secara parsial Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) ini menjadikan nama suatu perusahaan akan dikenal semakin baik sehingga konsumen dan para investor pun semakin banyak yang ingin bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Nah, dengan semakin meningkatnya penjualan dari banyaknya para konsumen yang loyal terhadap perusahaan ini, dan juga banyaknya para investor yang akan menanamkan modalnya atau berinvestasi di perusahaan tersebut maka akan berdampak baik bagi nilai suatu perusahaan. Hal ini juga sesuai dengan kondisi di PT. Indojoya Agrinusa, dimana nilai Corporate Social Responsibility (CSR) nya yang terus meningkat di setiap tahunnya dan diikuti pula dengan meningkatnya nilai perusahaan PT. Indojoya Agrinusa.

## **2. Kemampuan *Good Corporate Governance* Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ( $H_0$ ) atau *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ( $H_a$ ). Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan sesuai parsial membuktikan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung adalah  $|-3,416| > t \text{ tabel } |1,98|$ , *Sig.*  $0,001 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang ada yang menyatakan bahwasanya dewan komisaris dan dewan direksi mempunyai pengaruh terhadap



nilai perusahaan yaitu dengan adanya dewan direksi dan dewan komisaris para manajer akan terawasi sehingga pekerjaannya berorientasi pada majunya suatu perusahaan tersebut. Pada hasil pengujian penelitian ini yaitu pada PT. Indojaya Agrinusa berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang mana suatu nilai perusahaan akan meningkat bukan bergantung pada dewan komisaris dan dewan direksi, melainkan nilai perusahaan itu harus dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip GCG, yaitu: transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan independensi.

Semakin banyak personil yang menjadi dewan komisaris dapat berakibat pada semakin buruknya kinerja yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut dikarenakan semakin banyaknya anggota dewan komisaris maka badan ini akan mengalami kesulitan dalam menjalankan perannya, diantaranya kesulitan dalam menjalankan komunikasi dan koordinasi antar anggota dewan komisaris.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Amanti (2012) dan Agung Listiandi (2009), dengan hasil penelitian bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan yang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) pada perusahaan memang dilaksanakan, akan tetapi implementasinya masih belum diterapkan oleh perusahaan secara penuh sesuai dengan prinsip-prinsip GCG atau bisa dikatakan bahwa praktek GCG dilaksanakan oleh perusahaan hanya untuk formalitas saja sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan pada peraturan yang ditetapkan pemerintah sehingga dalam pelaksanaan GCG belum dilakukan secara maksimal. Investor pun menganggap praktek GCG bukanlah faktor yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengapresiasi nilai perusahaan.

### **3. Kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai F hitung diketahui nilai F hitung  $16,511 >$  nilai F tabel  $3,073$  (F tabel tersaji di lampiran) dan nilai *Sig.* adalah  $0,000 < 0,05$ , membuktikan bahwa *Corporate*

*Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan dan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ini menandakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan teori bahwa semakin meningkatnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) 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 meningkatnya nilai suatu perusahaan bukan bergantung pada dewan komisaris dan dewan direksi saja, melainkan nilai perusahaan itu akan meningkat apabila GCG dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip nya.

Diterimanya hipotesis  $H_a$  dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini secara simultan atau umum memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan pada PT. Indojoya Agrinusa. Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan pada PT. Indojoya Agrinusa dengan tingkat pengaruh independen (*Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*) terhadap nilai perusahaan sebesar 0.220, hal ini menjelaskan bahwa sebesar 22% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh CSR dan GCG, sedangkan sisanya sebesar 78% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa :

1. Corporate Social Responsibility PT. Indojaya Agrinusa berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa dengan meningkatnya Corporate Social Responsibility (CSR) maka nilai perusahaan juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya.
2. Good Corporate Governance PT. Indojaya Agrinusa berpengaruh negatif dan signifikan yang menunjukkan bahwa tanda koefisien regresi ini adalah negatif. Ini berarti peningkatan nilai GCG akan mendorong penurunan pada nilai perusahaan begitu pula sebaliknya.
3. Corporate Social Responsibility, dan Good Corporate Governance berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 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 Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan pada PT. Indojaya Agrinusa.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan diharapkan agar kiranya dapat menerapkan CSR dan GCG dengan baik agar pencapaian nilai perusahaan nya pun juga semakin baik.
2. Bagi pemerintah dan lembaga yang membuat kebijakan akuntansi, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), diharapkan untuk dapat membentuk standar pengungkapan tanggung

jawab sosial atau CSR baik di dalam laporan tahunan maupun dalam laporan terpisah secara jelas dan tegas bagi perusahaan sehingga dapat mendorong pelaksanaan dan pengungkapan CSR dengan baik dan tingkat kepatuhannya dapat diukur secara seragam.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel independen yang lebih luas, mengingat banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan jika dibandingkan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga diharapkan agar sampel yang digunakan tidak hanya satu perusahaan, semakin banyak sampel yang digunakan maka akan menambah wawasan bagi peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

A.Wijaya, Tunggal. *Internal Audit dan Good Corporate Governance*. Jakarta: Erlangga. 2013.

Hadi, Dr.Nor SE., M.Si., Akt. "*Corporate Social Responsibility*". Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.

Hamdi, Asep Saepul "Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan", Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014.

Ikhsan, Arfan "Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.

Khoirudin, Amirul. "*Corporate Governance dan Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah di Indonesia*". Skripsi. Univeritas Negeri Semarang. 2013.

Kuntjojo, "*Metode Penelitian*", Yogyakarta: BPFE, Cetakan I, 2009.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana. 2012.

Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

Masyudi, Muqorobin. *Fikih Tata Kelola Organisasi Laba: Sebuah Pengantar*. Universitas Muhammadiyah: Purwokerto.

Nahda, Katiya. "Pengaruh *Corporate Social Reponsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Moderatin. *Jurnal Siasat Bisnis*. 2011.

Noor, I Ketut Prasantia , dkk. Perbedaan Kinerja dan Nilai Perusahaan Sebelum dan Setelah Pergantian *Chief Executive Officer*. Jurnal Akuntansi. Universitas Udayana. 2016.

Nuruddin, Amiur, dkk. *Islamic Business and Economic Ethic*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.

Nurwahiddah. “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Profitabilitas pada perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin. 2016.

Perdana K, Echo “Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22”. Bangka Belitung, Lab Kom Manajemen FE UBB,2016

Pranita, Riska. Mekanisme *Good Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Aqli. 2018.

Qasim Sulaiman, Abul (Kairo: Dar-Al Haramain,1415 H), juz I.

Ramona, Suci. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderatin”. Skripsi. Universitas Pasir Pengaraian. 2017 .

Said, Ahmad Lamo. “*Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif *Governance*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2018.

Sani, Achmad dkk, “*Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*”.

Suharto, Edi Ph.D. Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Bandung: PT.Refika Aditama. 2007.

Syafina Laylan, *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, 2018.

Timotius, Kris H, “Pengantar Metodologi Penelitian”, Yogyakarta: Andi, 2017.

Wibowo, Eddi et. al., *Memahami Good Government Governance dan Good Corporate Governance*. Yogyakarta: Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia. 2004).

Yusuf, Bachtiar. “*Pengaruh Good Corporate Governance dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah*”. Skripsi. STAIN Pekalongan. 2016.

Yusuf, Muhammad Yasir. *Islamic Corporate Social Responsibility pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik*. Depok: Kencana. 2017.

Lampiran 1: Tabulasi Data

Data Perbulan Nilai Perusahaan

<b>Nilai Perusahaan</b>										
<b>Bu lan</b>	<b>Tahun</b>									
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>1</b>	0,070926	0,044565	0,001360	0,046329	0,038182	0,037772	0,027417	0,018121	0,015639	0,015244
<b>2</b>	0,067609	0,043693	0,001279	0,044786	0,037940	0,037546	0,026416	0,017614	0,015587	0,015233
<b>3</b>	0,064496	0,043024	0,001206	0,043362	0,037706	0,037245	0,025457	0,017147	0,015539	0,015226
<b>4</b>	0,061586	0,042558	0,001139	0,042054	0,037481	0,036870	0,024538	0,016722	0,015494	0,015223
<b>5</b>	0,058880	0,042297	0,061355	0,040864	0,037263	0,036421	0,023661	0,016338	0,015452	0,015223
<b>6</b>	0,056378	0,042239	0,061461	0,039792	0,037053	0,035897	0,022825	0,015995	0,015414	0,015226
<b>7</b>	0,054079	0,042385	0,061316	0,038837	0,036852	0,035300	0,022029	0,015693	0,015379	0,015233
<b>8</b>	0,051984	0,042734	0,060917	0,038000	0,036659	0,034629	0,021275	0,015432	0,015348	0,015244
<b>9</b>	0,050093	0,043287	0,060267	0,037280	0,036474	0,033883	0,020562	0,015212	0,015320	0,015258
<b>10</b>	0,048405	0,044044	0,059364	0,036678	0,036296	0,033064	0,019891	0,015033	0,015296	0,015275
<b>11</b>	0,046922	0,045005	0,058209	0,036193	0,036128	0,032171	0,019260	0,014895	0,015275	0,015296
<b>12</b>	0,045642	0,046169	0,056802	0,035825	0,035967	0,031203	0,018670	0,014799	0,015258	0,015320



Data Perbulan *Corporate Social Responsibility* (CSR)*Corporate Social Responsibility*

Bu lan	Tahun									
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	0,001746	0,004256	0,002901	0,001360	0,001050	0,000875	0,001974	0,001185	0,001974	0,001885
2	0,002076	0,004322	0,002732	0,001279	0,001050	0,000882	0,002047	0,001111	0,002047	0,001783
3	0,002384	0,004366	0,002571	0,001206	0,001050	0,000897	0,002106	0,001052	0,002106	0,001665
4	0,002670	0,004388	0,002418	0,001139	0,001050	0,000919	0,002150	0,001008	0,002150	0,001533
5	0,002934	0,004389	0,002271	0,001081	0,001050	0,000948	0,002179	0,000979	0,002179	0,001386
6	0,003177	0,004367	0,002132	0,001029	0,001050	0,000985	0,002194	0,000964	0,002194	0,001224
7	0,003397	0,004323	0,002000	0,000985	0,001050	0,001029	0,002194	0,000964	0,002194	0,001048
8	0,003595	0,004257	0,001875	0,000948	0,001050	0,001081	0,002179	0,000979	0,002179	0,000856
9	0,003771	0,004170	0,001758	0,000919	0,001050	0,001139	0,002150	0,001008	0,002150	0,000651
10	0,003925	0,004060	0,001648	0,000897	0,001050	0,001206	0,002106	0,001052	0,002106	0,000430
11	0,004057	0,003928	0,001545	0,000882	0,001050	0,001279	0,002047	0,001111	0,002047	0,000195
12	0,004168	0,003774	0,001449	0,000875	0,001050	0,001360	0,001974	0,001185	0,001974	-0,000055

Data Perbulan *Good Corporate Governance* (GCG)

<i>Good Corporate Governance</i>										
<b>Bulan</b>	<b>Tahun</b>									
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>1</b>	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
<b>2</b>	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
<b>3</b>	3	4	4	7	3	3	3	7	6	6
<b>4</b>	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
<b>5</b>	3	4	3	3	3	3	3	3	6	6
<b>6</b>	3	4	4	3	3	3	3	3	6	6
<b>7</b>	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
<b>8</b>	3	3	4	3	3	3	3	3	6	4
<b>9</b>	3	3	4	7	3	3	3	7	6	4
<b>10</b>	3	3	4	3	3	3	3	3	6	4
<b>11</b>	3	4	4	3	3	3	3	3	6	5
<b>12</b>	3	3	4	3	3	3	3	3	6	4

## Lampiran 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

## Deskriptif Statistik Nilai Perusahaan

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan (Y)	120	.01480	.07093	.0341417	.01603363
Valid N (listwise)	120				

Deskriptif Statistik *Corporate Social Responsibility* (CSR)

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (X1)	120	-.00006	.00439	.0018950	.00109882
Valid N (listwise)	120				

Deskriptif Statistik *Good Corporate Governance* (GCG)

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GCG (X2)	120	2.00000	7.00000	3.8916667	1.35842119
Valid N (listwise)	120				

Lampiran 3: Hasil Uji Kolmogonov Sminov dan Uji *Probability Plot*

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.01415950
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		1.244
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091

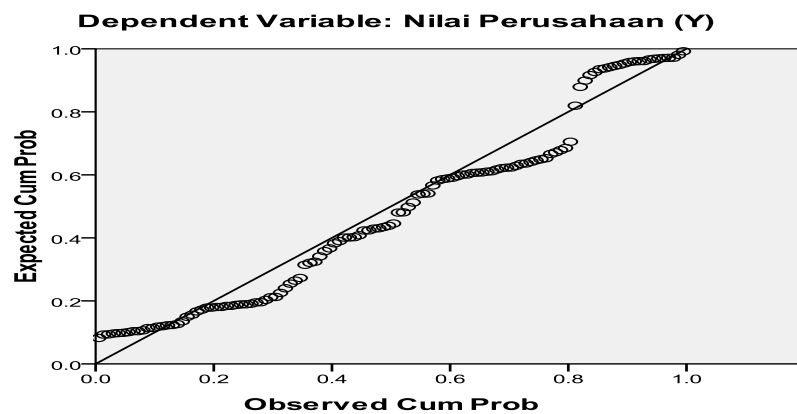
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

\*Uji Normalitas, Sig.>0.05 = Normal

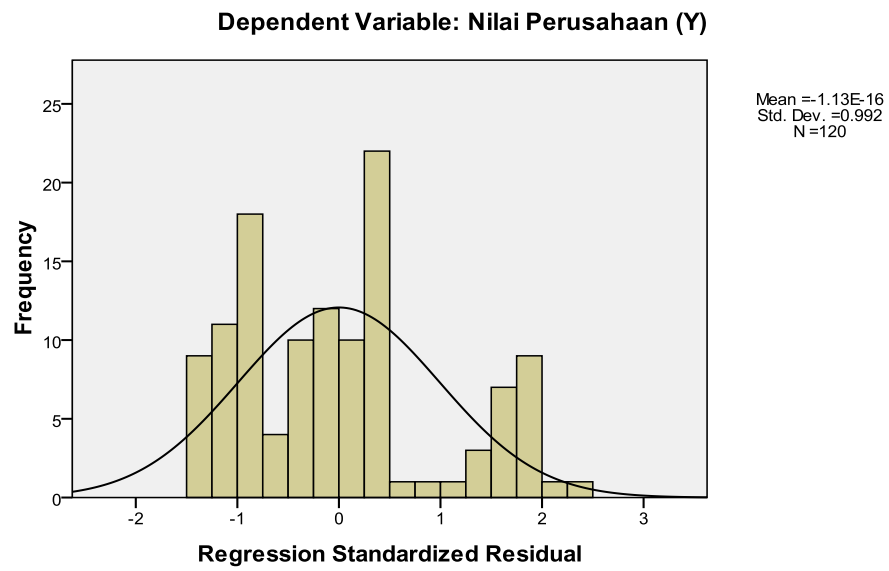
Uji *Probability Plot*

## Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Grafik Histogram

## Histogram



## Lampiran 4: Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR (X1)	.975	1.026
	GCG (X2)	.975	1.026

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

## Lampiran 5: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.008	.003		2.981	.003
	CSR (X1)	-.310	.694	-.041	-.446	.656
	GCG (X2)	.001	.001	.153	1.659	.100

a. Dependent Variable: abs\_residual

## Lampiran 6: Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.207	.01428001	1.397

a. Predictors: (Constant), GCG (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)



## Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Berganda

## Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 <sup>a</sup>	.220	.207	.01428001	1.397

a. Predictors: (Constant), GCG (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

## Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.038	.005		7.723	.000		
	CSR (X1)	4.852	1.207	.333	4.021	.000	.975	1.026
	GCG (X2)	-.003	.001	-.282	-3.416	.001	.975	1.026

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

## Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.007	2	.003	16.511	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.024	117	.000		
	Total	.031	119			

a. Predictors: (Constant), GCG (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Vina Rahmi Dwi Asmara  
Nim : 0502162150  
Tpt/Tgl/Lahir : Lhokseumawe 15-01-1999  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Jl. Tegal Sari, Dusun VI, No.54

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

Tamatan SD NEGERI 1 Muara Dua Lhokseumawe Berijazah tahun 2010  
Tamatan SMP NEGERI 2 Banda Sakti Lhokseumawe Berijazah tahun 2013  
Tamatan SMA NEGERI 1 Banda Sakti Lhokseumawe Berijazah tahun 2016  
Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2020

### **III. RIWAYAT ORGANISASI**

Anggota Pengurus HMJ AKS UINSU(2018-2020)  
Anggota Pengurus IPTRUINSU (2018-2020)  
Anggota Pengurus E2AR FEBI UINSU (2018-2019)