

# **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY EXPENDITURE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE, DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Dika Puspitaningrum<sup>1</sup>

Rina Trisnawati<sup>2</sup>

*\*Progd Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1</sup>*

*\*Progd Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>2</sup>*

*\*dikapuspita@gmail.com*

*\*rina.trisnawati@ums.ac.id*

**ABSTRACT:** *This research is to determine the effect of corporate social responsibility expenditure, corporate social responsibility disclosure, and corporate governance on firm value. The population in this study were 36 companies registered in the Corporate governance Perfection Index during 2015-2018. The method used in this research is purposive sampling method. The sample used in this method is 32 companies. The analysis technique is descriptive analysis and inferential statistical analysis using multiple linear regression methods. The results of this study indicate that CSR Expenditure and Corporate governance have effect but CSR Disclosure haven't effect to firm value.*

**Keywords:** *Nilai Perusahaan, CSR Expenditure, CSR Disclosure, CGPI, Corporate governance.*

## **1. PENDAHULUAN**

Nilai perusahaan menjadi konsep penting bagi para investor, karena digunakan sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Adhitya, dkk, 2016). Nilai perusahaan tinggi menjadi prestasi untuk pemilik perusahaan, karena dapat memberikan kemakmuran serta kesejahteraan bagi para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi kemakmuran bagi para pemegang saham sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan baik saat ini maupun prospek di masa depan.

Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, salah satunya. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Dengan adanya keseimbangan antara keuntungan, masyarakat dan lingkungan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik investor sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan karena penambahan penanaman modal/dana yang dilakukan oleh investor.

CSR merupakan suatu gambaran mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada seluruh masyarakat, khususnya di wilayah perusahaan tersebut melaksanakan aktivitas kerjanya (Firman, 2007 dalam Mangoting, 2007). Dalam melaksanakan CSR, perusahaan membutuhkan

dana yang disebut dengan pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility expenditure*. *CSR Expenditure* dapat berupa program yang dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat, program pemberian beasiswa, dan program perbaikan infrastruktur termasuk dalam memelihara kondisi lingkungan alam yang sehat dan seimbang.

Pengeluaran CSR yang dikeluarkan akan memberikan dampak yang baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kenaikan nilai perusahaan. Tuhin (2014) serta Rai dan Bansal (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengeluaran CSR dengan profitabilitas sedangkan penelitian Januarti dan Apriyanti (2005) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas serta Hadi (2007) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif tingkat pengeluaran biaya sosial terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan yaitu *return on assets (ROA)*. Namun, belum ada yang meneliti pengaruh langsung antara pengeluaran CSR terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang telah melaksanakan CSR menginginkan apa yang telah dilakukan diketahui oleh masyarakat dengan cara memberikan informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh perusahaan melalui pengungkapan CSR atau *CSR disclosure*. Menurut Adhitya, dkk (2016), *CSR disclosure* merupakan sebuah pengumuman yang telah dilakukan perusahaan mengenai program-program yang telah dilaksanakan perusahaan. Hendriksen (1991) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menyatakan pengungkapan CSR ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan bersifat sukarela (*voluntary*). *CSR disclosure* adalah pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*). Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan atau program-program CSR-nya akan membuat masyarakat mengenal perusahaan tersebut sehingga *image* perusahaan meningkatkan dan para investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Retno dan Priantinah (2012) Rosiana, dkk (2013), serta Adhitya, dkk (2016) menunjukkan bahwa *CSR disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Nurlala dan Islahuddin (2008) dan Augustine (2014) menemukan bahwa *CSR disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan ideal yang diminati oleh investor tidak hanya dilihat dari *CSR expenditure* dan *CSR disclosure*. Investor juga akan melihat dari praktik *corporate governance* yang baik dalam perusahaan. Perusahaan dengan praktik *corporate governance* yang baik mampu mengendalikan masalah keagenan dalam perusahaan dengan pemisahan kepemilikan perusahaan yang dihadapi antara kepentingan pemegang saham dan manajer (*agency conflict*).

Masih terdapat permasalahan dalam menerapkan praktik CSR di Indonesia meskipun telah diatur dalam undang-undang, perusahaan yang masih memiliki permasalahan dalam tata kelolanya, serta masih terdapat perbedaan hasil penelitian pada variabel *CSR disclosure* dan *corporate governance* merupakan pertimbangan mengapa penelitian ini perlu dilakukan.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh dari *corporate social responsibility* baik *expenditure* maupun *disclosure* serta *Corporate governance* terhadap nilai perusahaan selama periode tahun 2015-2018. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *csr disclosure*, *csr expenditure*, dan *corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 2.1 Teori *Stakeholder*

Menurut Rhenald Kasali sebagaimana dikutip oleh Wibisono, 2007 (dalam Kirana, 2009) yang menyatakan bahwa yang dimaksud para pihak adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini Rhenald Kasali mengkategorikan *stakeholders* sebagai berikut:

- a. *Stakeholders* internal dan *stakeholders* eksternal. *Stakeholders* internal ialah para pemangku kepentingan yang berada di dalam lingkungan organisasi (manajer, karyawan, pemegang saham). Sedangkan *stakeholders* eksternal ialah para pemangku kepentingan yang berada di luar lingkungan (supplier, kreditor, investor, konsumen, analis, pemerintah, pers, masyarakat dan sebagainya).
- b. *Stakeholders* primer, *stakeholders* sekunder, dan *stakeholders* marjinal *Stakeholders* primer ialah *stakeholder* yang paling mampu, selanjutnya *stakeholder* yang kurang mampu ialah *stakeholders* sekunder. Sedangkan *stakeholders* marjinal ialah *stakeholder* yang biasa diabaikan. Urutan prioritas ini bagi setiap perusahaan berbeda-beda, meskipun produk atau jasanya sama dan bisa berubah-ubah dari waktu ke waktu.
- c. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholder* masa depan *Stakeholders* tradisional dapat diartikan *stakeholder* yang sudah berhubungan dengan organisasi saat ini. *Stakeholders* tradisional ini meliputi karyawan dan konsumen. Sedangkan *stakeholder* masa depan ialah *stakeholders* pada masa depan yang diperkirakan dapat memberikan pengaruhnya bagi organisasi seperti konsumen potensial, peneliti.
- d. Proponents, opponents, dan uncommitted (pendukung, penentang, dan yang tidak peduli) Di antara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (proponents), menentang organisasi (opponents) dan yang tidak peduli atau abai (uncommitted). Dalam hal ini, organisasi perlu untuk mengenal *stakeholder* yang berbeda-beda ini, agar dengan jernih dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.
- e. *Silent majority dan vocal minority* (pasif dan aktif) Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula pihak yang menyatakan secara *silent* (pasif).
- f.

### 2.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu ide mengenai kontrak sosial antara masyarakat atau lingkungan dengan perusahaan dimana perusahaan tersebut beroperasi (Rosiana, dkk, 2013). Perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya melakukan pengungkapan sosial agar keberadaan dan kegiatan perusahaan diterima oleh masyarakat atau bisa dikatakan terlegitimasi.

Pengungkapan CSR dimanfaatkan untuk melegitimasi kegiatan perusahaan di lingkungan perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2008 dalam Rosiana, dkk, 2013)

### 2.3 Teori Agensi

Teori agensi muncul karena adanya permasalahan agensi saat pengurusan suatu perusahaan terpisah dari pemiliknya. Menurut Jensen dan Meckling (1976), hubungan keagenan adalah suatu kontrak antara *principal* (pemilik perusahaan) dan *agent* (pengelola perusahaan) dalam memberikan wewenang kepada agent dalam pembuatan keputusan kepada agent.

Menurut Eisenhardt (1989), teori agensi digunakan untuk menyelesaikan dua masalah yang mungkin terjadi. Masalah pertama, karena adanya keinginan dari pihak *principal* dan *agent* yang berlawanan. Masalah kedua karena hal yang sulit atau mahal bagi *principal* melaksanakan verifikasi apa yang telah dilakukan oleh agen. Hubungan antara *principal* dan *agent* menimbulkan konflik, sehingga diperlukan sebuah kontrak untuk menyamakan atau menyelaraskan kepentingan *principal* dan *agent*.

### 2.4 Teori Sinyal

Teori sinyal digunakan untuk mengurangi asimetri informasi yang muncul baik dari pihak perusahaan, pemilik maupun pihak luar perusahaan (Spence, 2002 dalam Connelly, et al, 2011). Informasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Informasi yang baik dapat digunakan di masa depan. Pihak luar perusahaan atau pelaku pasar akan membutuhkan informasi yang tepat, akurat, relevan serta lengkap dalam pengambilan keputusan.

Laporan tahunan perusahaan merupakan suatu informasi yang dapat digunakan sebagai sinyal untuk pihak luar perusahaan dalam mengambil keputusan investasi. Laporan tahunan berisi tentang informasi laporan keuangan dan informasi non-akuntansi. Pihak luar perusahaan terlebih dahulu menganalisis informasi, informasi tersebut merupakan sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang buruk (*bad news*). Sinyal yang baik dapat meningkatkan harga saham perusahaan, sedangkan sinyal yang buruk akan menurunkan harga saham perusahaan. Jika perusahaan menginginkan investor membeli sahamnya maka perusahaan harus menyajikan laporan keuangan secara transparan dan terbuka.

### 2.5 CSR Expenditure dan CSR Disclosure

Dalam melaksanakan CSR, perusahaan membutuhkan dana untuk membiayai pengeluaran CSR atau *CSR expenditure*. Perusahaan harus menyediakan atau mengalokasikan anggaran sebesar 2%, 2,5%, atau 3% dari keuntungan perusahaan (m.kontan.co.id). Setiap perusahaan mempunyai cadangan dana CSR. Perusahaan yang berskala besar dan memiliki laba yang besar maka mempunyai cadangan dana CSR yang besar.

*CSR expenditure* atau pengeluaran CSR yang dilakukan perusahaan dapat berupa bantuan beasiswa, bantuan perbaikan fasilitas umum, bantuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta bantuan untuk memelihara kondisi lingkungan yang sehat dan seimbang. Menurut Rai dan Bansal (2013), pengeluaran CSR dapat berupa kegiatan promosi,

pemberdayaan masyarakat, bantuan kesehatan, pemberantasan kemiskinan, melestarikan lingkungan serta bantuan proyek bisnis.

Menurut Hendriksen (1991) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008), pengungkapan CSR atau CSR *disclosure* merupakan memberikan informasi yang diperlukan dalam pelaksanaan secara optimal di pasar modal yang tepat. Pengungkapan CSR pada dasarnya bersifat sukarela (voluntary). Perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk memberikan informasi kepada pihak luar perusahaan apa yang telah dilaksanakan perusahaan. Jika perusahaan melakukan CSR dalam jumlah besar, perusahaan cenderung ingin mensinyalkan apa yang sudah dilakukan kepada publik dengan melakukan CSR *disclosure*. Perusahaan mengeluarkan laporan tahunan (annual report) sebagai bentuk memberikan informasi pada pihak luar perusahaan. Menurut Cheng dan Yulius (2011) dalam Rosiana, dkk (2013), aktivitas CSR memiliki manfaat, seperti: meningkatkan image serta daya tarik perusahaan, meningkatkan produk perusahaan, serta meningkatkan penjualan dan harga saham perusahaan. CSR yang dilakukan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri serta pihak lain.

## 2.6 Corporate governance

*Corporate governance* pertama kali diperkenalkan oleh Cadbury Committee tahun 1922 di Inggris. Menurut Cadbury Committee of United Kingdom dalam Agoes dan Ardana (2014), *corporate governance* merupakan suatu peraturan yang mengatur hubungan antara shareholders, pengelola perusahaan, kreditor, pemerintah dan karyawan serta *stakeholders* internal dan eksternal lainnya untuk mengendalikan dan mengarahkan perusahaan.

Menurut Forum Corporate Governanve in Indonesian (2002) dalam publikasi pertama menggunakan definisi yang sama dengan cadbury commitee, yaitu: “seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan”. Tujuan dari *corporate governance* menurut FCGI (2002), adalah menciptakan nilai tambah bagi seluruh pihak pemangku kepentingan.

## PERUMUSAN HIPOTESIS

Perusahaan dapat diterima, jika mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi. Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan membutuhkan dana serta biaya yang disebut CSR *expenditure*. Biaya ini tidak selalu berdampak negatif yang dapat mengurangi keuntungan dari suatu perusahaan. Perusahaan mengalokasikan dananya untuk kegiatan CSR. Perusahaan yang mendapatkan laba besar, akan mengalokasikan dana untuk kegiatan CSR yang besar juga.

**H1 : Corporate social responsibility *expenditure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

Perusahaan yang telah melaksanakan praktik CSR-nya menginginkan masyarakat atau pihak luar dari perusahaan mengetahuinya. Pengungkapan dari adanya praktik CSR ini disebut *CSR disclosure*. Perusah dkk (2013) menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan sampel perusahaan manufaktur tahun 2007-2010. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2 : Corporate social responsibility disclosure berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

Menerapkan *corporate governance* dapat memberikan nilai tambah bagi nilai perusahaan. Apalagi ditambah dengan adanya skor CGPI membuat masyarakat menjadi lebih mudah mempercayai kinerja dari suatu perusahaan. Sampel perusahaan manufaktur tahun 2000-2004 yang diteliti oleh Siallagan dan Machfoedz (2006), menemukan mekanisme CG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3 : Corporate governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

**3. METODE PENELITIAN**

Perusahaan yang termasuk dalam dalam peringkat *Corporate governance* Perception Index (CGPI) yang diberikan oleh Indonesian Institute of Corporate Governnace (IICG).

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan puposive sampling yaitu sampel yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar sebagai anggota CGPI (*Corporate governance* Perception Index) pada tahun 2015-2018.
2. Perusahaan yang menyajikan dan mempublikasikan laporan keberlanjutan dan laporan keuangan selama tahun 2015- 2018.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada saat pengamatan tahun 2015-2016.

Pengukuran pada nilai perusahaan menggunakan rumus PBV atau Price to Book Value, dimana perhitungan ini menggunakan jumlah ekuitas, harga per saham serta jumlah saham yang beredar dari suatu perusahaan. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Book Value}}$$

Sedangkan *CSR Expenditure* adalah besarnya pengeluaran yang dikeluarkan oleh setiap perusahaan. Untuk perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$CSRE = \frac{\text{Pengeluaran CSR}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$$

Untuk pengukuran CSR *Disclosure* dapat dengan menggunakan perhitungan Indeks Luas Pengungkapan CSR (CSRI) dengan mencantumkan item yang terdapat dalam annual report atau sustainability reporting. Jumlah item yang digunakan dalam CSRI berdasarkan indikator yang diungkapkan dalam sustainability reporting. Perhitungan CSRI dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{CSR} = \frac{\text{Jumlah Item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah Skor Maksimal}}$$

Lalu untuk pengukuran *corporate governance* menggunakan nilai CGPI (*Corporate governance Perspective Index*), dimana terdapat rating yang menunjukkan tingkatan perusahaan tersebut. Rating level pada CGPI yaitu : (85,00-100) sangat terpercaya, (70,00-84,99) terpercaya, dan (55,00-69,00) cukup terpercaya.

Selanjutnya dilakukan analisis regresi berganda untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel independen terhadap nilai perusahaan dengan persamaan sebagai berikut ini:

$$\text{PBV} = \alpha + \beta_1 \text{CSRE} + \beta_2 \text{SR} + \beta_3 \text{CGPI} + e$$

Keterangan :

- PBV = Nilai Perusahaan  
 CSRE = Corporate Social Responsibility *Expenditure*  
 SR = Corporate Social Responsibility *Disclosure*  
 CGPI = *Corporate governance* (*Corporate governance* Perpeption Indeks)  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $\beta_1 - \beta_3$  = Koefisien korelasi variabel  
 e = error term

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar dalam Corporeate Governance Perpeption Index selama tahun 2015-2018 dengan jumlah 36 perusahaan. Berdasarkan teknik penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling, maka diperoleh 32 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian selama 2015-2018. Berdasarkan uji asumsi klasik diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi	Uji Normalitas	Uji Multikolinearitas		Uji Autokorelasi	Uji Heteroskedastisitas
		Tolerance	VIF		
CSRE	Karena jumlah sampel sudah > 30 maka data dalam penelitian ini	,920	1,086	Asymp. Sig. (2-tailed) 2.017	,094
SR		,869	1,151		,201
CGPI		,885	1,130		,454

	diasumsikan berdistribusi normal				
--	----------------------------------	--	--	--	--

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik, didapat hasil uji normalitas dengan menggunakan Central Limit Theorem di mana data dianggap telah terdistribusi normal. Uji asumsi klasik yang selanjutnya adalah uji multikolinearitas yang menjelaskan bahwa seluruh variabel independen (*CSR Expenditure*, *CSR Disclosure*, dan *Corporate governance*) memiliki nilai *tolerance* sebesar  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

Berdasarkan Uji Heteroskedastisitas didapat hasil bahwa semua variabel independen (*CSR Expenditure*, *CSR Disclosure*, dan *Corporate governance*) memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan Uji Autokorelasi diperoleh hasil Durbin Watson sebesar 2,017 dan Durbin Watson tabel untuk  $dL = 1,2437$ ,  $dU = 1,6505$ ,  $4-dU = 2,3495$ . Nilai Durbin Watson hitung kemudian akan dibandingkan dengan nilai Durbin Watson tabel, jadi nilai Durbin Watson diantara  $dU < dW < (4-dU)$  yaitu 2,017, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien Reg	T	Sig.	Keterangan
Constant	-1471,043	-2,463	,020	
CSRE	986,545	7,974	,000	Berpengaruh positif
SR	-3,045	-,023	,982	Tidak Berpengaruh
CGPI	16,695	2,528	,017	Berpengaruh positif
R 0,840 R Square 0,705 N 32		F hitung 22,332 Sig. 0,000		

Variabel *CSR Expenditure* memiliki nilai koefisien sebesar 986,545 yang berarti jika *CSR Expenditure* naik sebesar 1 %, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 986,545. Dari tabel 2 juga dapat disimpulkan bahwa variabel *CSR Expenditure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi 0,000 dan  $< 0,05$  sehingga **H1 diterima**. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Tri Raharjo dan Ria Murdani (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR sangatlah berperan pada penilaian terhadap suatu perusahaan.

Variabel *CSR Disclosure* memiliki nilai koefisien sebesar -3,045 dan diikuti dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,982 > 0,05$  **sehingga H2 ditolak**. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Noni Aisyah dan Nadia (2017) serta Septianingrum (2014) serta Agustine (2014), yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang ditemukan pada hubungan antara *CSR Disclosure* terhadap nilai perusahaan

Variabel *Corporate governance* memiliki nilai koefisien sebesar 16,695 yang dinyatakan dalam positif sehingga saat *Corporate governance* naik sebesar 1%, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 16,695. *Corporate governance* dalam penelitian ini memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,017 yang berarti  $< 0,05$ . Dari hal ini dapat dinyatakan bahwa **H3 diterima**. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wardoyo dan Veronica (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## 5. SIMPULAN

Variabel *CSR Expenditure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai t hitung sebesar 7,794 dengan signifikansi  $0,000 < \alpha$ . Hal ini membuktikan bahwa besarnya pengeluaran CSR yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi nilai dari perusahaan itu sendiri.

Variabel *CSR Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai t hitung sebesar 0,023 dengan signifikansi  $0,982 > \alpha$ . Hal ini membuktikan bahwa adanya pengungkapan sustainability report tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel Good Governanvce berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai t hitung sebesar 2,528 dengan signifikansi  $0,017 < \alpha$ . Hal ini membuktikan bahwa perusahaan yang terdaftar dalam *Corporate governance Perpection Index* dapat menambah nilai plus dari suatu perusahaan.

Berdasarkan simpulan yang terdapat diatas maka saran yang dapat diberikan adalah penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengganti populasi dan sampel seperti seluruh perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Sehingga hasil penelitian dapat menjadi lebih luas. Adapun penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel kontrol seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dll agar didapatkan hasil penelitian yang berbeda.

## 6. REFERENSI

- [1] Afandani, Fauziah. 2016, "Pengaruh Corporate Social Responsibility *Expenditure*, Corporate Social Responsibility *Disclosure*, dan Corporate Governance terhadap nilai perusahaan" : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
- [2] Adhitya, R., & Nuzula, N. F. (2016). Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31(1), 66-72.
- [3] Noni Aisyah Sofiamira, Nadia Asandimitra. 2017. *Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate governance, Corporate Social Responsibility: Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya, 2017. Vol 20 No. 2. ISSN 1979-6471.

- [4] Budi Tri Raharjo, Ria Murdani. 2016. *Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan*. Jatiwaringin : Unkris Jatiwaringin, 2016. Vol. 03, No. 1 Januari 2016.
- [5] Wardoyo dan Veronica (2013). "Pengaruh Good *Corporate governance*, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Dinamika Manajemen (Journal of Management Dynamics)* 4(2).
- [6] Retno, R. D., dan Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good *Corporate governance* dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*, 1(1).
- [7] <https://www.antam.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:42
- [8] <https://www.bca.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:44
- [9] <https://www.bri.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:47
- [10] <https://www.btn.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:54
- [11] <https://www.ptba.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:56
- [12] <https://www.timah.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:58
- [13] <https://www.bankmandiri.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 15:00
- [14] <https://www.ir-bri.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:46
- [15] <https://www.ocbenisp.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 15:15
- [16] <https://www.bni.co.id> Diakses pada 22 Juni 2019 pukul 14:48
- [17] Gramedia digital
- [18] Majalah Swa Edisi Desember 2015
- [19] Majalah Swa Edisi Desember 2016
- [20] Majalah Swa Edisi Desember 2017
- [21] Majalah Swa Edisi Januari 2019