

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variable Moderasi

Tri Ratna Novia¹, Linawati², Badrus Zaman³

Universitas Nusantara PGRI Kediri

¹*triratnanovia@gmail.com*, ²*linasolmas1@gmail.com*,

³*pak.badrus@gmail.com*

ABSTRACT

Research on the relationship between GCG, CSR, and corporate value still needs to be done because the development of the business world is increasing rapidly, followed by increasingly fierce competition. Companies are required to think effectively and efficiently, and most importantly, they must be critical to be superior in competition. Improving the welfare of shareholders is one of the main goals of the company. As for increasing the value of the company, it can be done with good corporate governance (GCG) and carrying out social responsibility (CSR). Sampling was done by the purposive sampling method, and we obtained a sample of 24 companies x 4 years = 96 samples. This research method uses simple regression and mediation regression analysis with the absolute difference test, which is processed with SPSS for Windows version 25 software. The result of the study shows that the CSR variable has a positive and significant influence on firm value (PBV). Evidence by t count $3.674 > 1.986$ (t table) and a significance of $0.000 < 0.05$ Good corporate governance (GCG) is unable to moderate the relationship between corporate social responsibility (CSR) and corporate vice (PBV). It is proven by the value of the AbsCSR_GCG variable, which has a t count of $0,563 < 1,986$ (t table) and a significance of $0,581 < 0,05$.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Corporate Values*

ABSTRAK

Penelitian mengenai hubungan GCG, CSR dan nilai perusahaan masih perlu dilakukan karena perkembangan dunia usaha semakin pesat diikuti dengan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk berpikir efektif, efisien dan yang terpenting harus kritis agar bisa unggul dalam persaingan. Meningkatkan kesejahteraan pemegang saham merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. Adapun untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dan melaksanakan tanggung jawab sosial (CSR). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan x 4 tahun = 96 sampel. Metode penelitian ini menggunakan regresi sederhana dan analisis regresi mediasi dengan uji beda mutlak yang diolah dengan software SPSS for Windows versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Pembuktian dengan t

hitung $3,674 > 1,986$ (*t* tabel) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. *Good Corporate Governance (GCG)* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Corporate Value (PBV)*. Terbukti dengan nilai variabel *AbsCSR_GCG* yang mempunyai thitung sebesar $0,563 < 1,986$ (*t* tabel) dan signifikansi sebesar $0,581 < 0,05$.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Tata Kelola Perusahaan yang Baik, Nilai-Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, perkembangan di dunia bisnis semakin diikuti oleh persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk berpikir efektif, efisien dan paling terpenting harus kritis untuk menjadi unggul dalam persaingan. Meningkatkan kesejahteraan pemegang saham merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan adalah gambaran dari nilai pasar, nilai pasar dapat dilihat dari harga saham perusahaan artinya semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaannya (Wardhani, 2013).

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran secara maksimum kepada pemegang saham apabila harga saham perusahaan terus meningkat. Nilai perusahaan akan terus meningkat ketika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial (Purbawangsa, 2019). Untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya setiap perusahaan secara efektif dan efisien atau dengan kata lain bagaimana mengelola tata kelola perusahaan tersebut dengan baik (Ilmi, 2017).

Di Indonesia GCG tergolong masih sangat lemah karena belummelaksanakan pengelolaan perusahaan secara profesional selain itu tingkat perlindungan investor di Indonesia memiliki hasil terendah di Asia Tenggara. ACGA (Asian Corporate Governance Association) dalam survey yang dilakukan menghasilkan bahwa setiap 12 negara terhadap pelaku bisnis asing di Asia tahun 2020 menempatkan negara Indonesia menjadi negara yang terendah dalam ACGA pada tabel 1.1 di bawah ini:

No	Market	%
1	Australia	74,7

2	Hongkong	63,5
3	Singapura	63,2
4	Taiwan	62,2
5	Malaysia	59,5
6	Jepang	59,3
7	India	58,2
8	Thailand	56,6
9	Korea	52,9
10	Cina	43,0
11	Philipine	39,0
12	Indonesia	33,6

Penerapan GCG saat ini bukanlah kewajiban tetapi menjadi suatu kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia telah tercantum dalam Peraturan Menteri BUMN no. PER-01/MBU/2011 untuk perusahaan BUMN dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 untuk Perseroan Terbatas. Tata kelola perusahaan atau GCG yang baik menggambarkan bagaimana tanggung jawa social dalam perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki hubungan yang erat dengan tata kelola perusahaan yang baik. CSR berorientasi kepada para pemangku kepentingan ini sejalan dengan salah satu prinsip dari empat prinsip utama GCG yang baik yaitu tanggung jawab social atau Corporate Social Responsibility (CSR) (Yanto, S.E., Ak., M.Ak., 2018).

CSR adalah prinsip yang menerangkan bahwa perusahaan harus dapat bertanggung jawab terhadap efek yang berasal dari setiap Tindakan di dalam masyarakat maupun lingkungannya (Frederick et al). Dengan kata lain korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri sehingga mengasingkan diri dari masyarakat, melainkan entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural

dengan lingkungan sosialnya melalui keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosial, mematuhi aturan hukum yang berlaku dalam aspek bisnis dan social, serta menghormati hak dan kepentingan stakeholders.

Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan yang dapat memberikan keuntungan ekonomi berupa peningkatan nilai perusahaan.

Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Sosial (Kemensos) mendorong perusahaan berupaya melakukan peningkatan kesejahteraan dan mengurangi dampak permasalahan social melalui CSR. Menindaklanjuti hal tersebut National Center for Sustainability Report (NCSR) melakukan pendataan dengan adanya dorongan pemerintah terhadap peningkatan kesejahteraan dan mengurangi dampak permasalahan social dan diketahui ada peningkatan dari tahun ke tahun mengenai jumlah partisipan.

Kesadaran terhadap urgensi pelaksanaan CSR dan GCG telah disadari banyak pihak. Suatu bisnis bisa bertahan maka suatu perusahaan harus merubah kontrak sosialnya dengan memposisikan bisnis sebagai bagian dari sistem social dan politik yang ada (Sobiri, 2018). Jika perusahaan lebih responsive terhadap tuntutan masyarakat maka kegiatan bisnis lebih bisa diterima masyarakat. Dengan demikian, penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi social dan citra positif di mata public yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu tentang GCG, CSR dengan nilai perusahaan manufaktur mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan Setyawan (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan” menunjukkan bahwa Corporate

Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini diakibatkan karena investor di Indonesia cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih saham dengan melihat market economy dan berita-berita yang muncul sehingga umumnya cenderung membeli dan menjual saham secara harian, sedangkan pengaruh CSR merupakan strategi yang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek,

melainkan strategi jangka panjang perusahaan dalam upaya untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Putu Ari Ratnadewi dan I G.K. Agung Ulupui (2016) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan GCG tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan Nahda (2011) dengan judul penelitian “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variable Moderasi”. Penelitian ini menyatakan bahwa GCG mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat indeks GCG perusahaan meningkat. Dengan berbedanya hasil penelitian-penelitian tersebut, maka penelitian tentang GCG, CSR, dan nilai perusahaan masih perlu untuk diteliti. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variable Moderasi.”

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yakni pendekatan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistic (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan variabel bebas atau variabel independent yakni Corporate Social Responsibility (CSR), variabel terikat atau variabel dependen nilai perusahaan serta variabel pemoderisasi berupa Good Corporate Governance (GCG). Metode pengumpulan datanya adalah metode dokumentasi, adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun pengamatan periode 2018-2021. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang menyeluruh mengenai hubungan antar variabel dependen dan independent secara menyeluruh secara parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Perusahaan

Pengertian nilai perusahaan menurut Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan nilai pasar hutangnya. Akan tetapi, bila besarnya nilai utang dipegang konstan, maka setiap peningkatan nilai saham dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identic dengan peningkatan harga saham.”

Menurut Wijaya (2017:1) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan yang go public (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum go public (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual.”

Menurut (Prawoto (2016:21) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai seluruh aktiva, baik aktiva berwujud operasional maupun bukan operasional. Jika dihubungkan dengan struktur perodalan perusahaan, nilai perusahaan berarti juga nilai dari keseluruhan susunan modal perusahaan yatu nilai pasar wajar.”

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusaah adalah tingkat pencapaian suatu perusahaan mengenai berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan yang dapat dilihat dari harga saham perusahaan.

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Mulyani, dkk (2018:230) “Pengungkapan CSR adalah pelaksanaan perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR di dalam laporan tahunannya. Menurut Hery (2012:143) pengungkapan CSR adalah sebagai beriku: “Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak social da lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.” Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility adalah suatu kegiatan perusahaan terhadap masyarakat yang kegiatannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan.

2. Good Corporate Governance (GCG)

Pengertian Good Corporate Governance (GCG) menurut Surya (2006:25) definisi Good Corporate Governance (GCG) adalah sebagai berikut: “Good Corporate Governance terkait dengan pengambilan keputusan yang efektif. Dibangun melalui kultur organisasi, nilai-nilai, sistem, berbagai proses, kebijak-kebijakan dan struktur

organisasi yang bertujuan untuk mencapai bisnis yang menguntungkan, efektif dan efisien dalam mengelola risiko dan bertanggung jawab dengan memperhatikan kepentingan stakeholder.” Adapun definisi Good Corporate Governance (GCG) menurut Daniri (2005:8) adalah sebagai berikut: “Suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (Direksi, Dewan Komisaris, RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholders lainnya, berlandaskan peraturan dan perundangan dan norma yang berlaku.” Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa GCG merupakan suatu struktur yang mengatur pola hubungan yang harmonis tentang peran dewan komisaris, direksi, pemegang saham, dan para stakeholders lainnya dan pada akhirnya akan terhindar dari benturan peran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi tiap-tiap variabel yang ada dalam penelitian yang meliputi dari nilai minimum, maksimum, median, mean, dan standar deiasi dari masing-masing variable. Hasil uji statistic deskriptif disajikan pada tabel di bawah ini:

Statistics

	CSR	GCG	PBV_Y
N Valid	96	96	96
Missing	0	0	0
Mean	,58356	38,4008	3,34393
Median	,57400	33,3300	1,92750
Std. Deviation	,072509	6,93646	5,004039
Minimum	,410	33,33	,157
Maximum	,820	50,00	32,761
Sum	56,022	3686,48	321,017

Dari tabel di atas dapat diketahui statistic deskriptif pada tiap-tiap variabel dengan sampel sebanyak 96 perusahaan baufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2021, yaitu sebagai berikut:

a. Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV) yaitu nilai sebuah perusahaan di pasar uang. PBV memiliki nilai maximum sebesar 32,761 dicapai oleh perusahaan Multi Bintang Indonesia, Tbk pada tahun 2018, nilai minimum sebesar 0,157 dicapai oleh perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk pada tahun 2018. Nilai mean sebesar 3,34393 dan nilai standar deviasi sebesar 5,004. Nilai mean lebih kecil dari standar deviasi hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki penyimpangan data yang besar atau tinggi, sebaran data kurang merata atau heterogen, dan data dapat menyebabkan bias sehingga kemungkinan perlu dilakukan transformasi data sebelum dilakukan pengujian. Adapun nilai median lebih kecil dari nilai mean, itu artinya distribusi data membentuk pola distribusi kemencengan positif. Dapat disimpulkan mayoritas ilia perusahaan sampel adalah baik.

b. Corporate Social Responsibility (CSR)

Variabel CSR diukur menggunakan penilaian berdasarkan indicator dari Global Reporting Initiative. CSR memiliki nilai maximum sebesar 0,820 dicapai oleh perusahaan Prashida Aneka Niaga, Tbk pada tahun 2018, nilai minimum sebesar 0,410 dicapai oleh perusahaan Tunas Baru Lampung, Tbk pada tahun 2020. Nilai mean sebesar 0,583 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0725. Nilai mean lebih besar dari standar deviasi hal ini menunjukkan bahwa ariabel CSR memiliki penyimpangan data yang rendah, sebaran data merata atau homogen, dan data tidak menyebabkan bias. Adapun nilai median lebih kecil dari nilai mean, berarti distribusi data membentuk pola distribusi kemecengan positif. Dapat disimpulan mayoritas CSR perusahaan sampel adalah baik.

c. Good Corporate Governance (GCG)

Variabel GCG yang diproksikan dengan proporsi Dewan Komisaris Independen memiliki nilai maximum sebesar 50%, nilai minimum sebesar 33,33%. Nilai mean sebesar 38,4% dan nilai standar deviasi sebesar 6,94%. Nilai mean lebih besar dari standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa variabel GCG memiliki penyimpangan data yang rendah, sebaran data merata atau homogen, dan data tidak menyebabkan bias.

Adapun nilai median lebih kecil dari nilai mean, itu artinya distribusi data membentuk pola distribusi kemencenga positif. Dapat disimpulkan mayoritas GCG perusahaan sampel adalah baik.

Uji Asumsi Klasik (Persamaan Hipotesis 1)

Sebelum melakukan analisis regresi sederhana dan moderasi, metode analisis data mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Berikut adalah persamaan regresi 1:

$$NP = \alpha + \beta 1CSR + e$$

Adapun untuk pengujian uji asumsi klasik untuk persamaan regresi pertama adalah sebagai berikut:

- a. Uji Normalitas

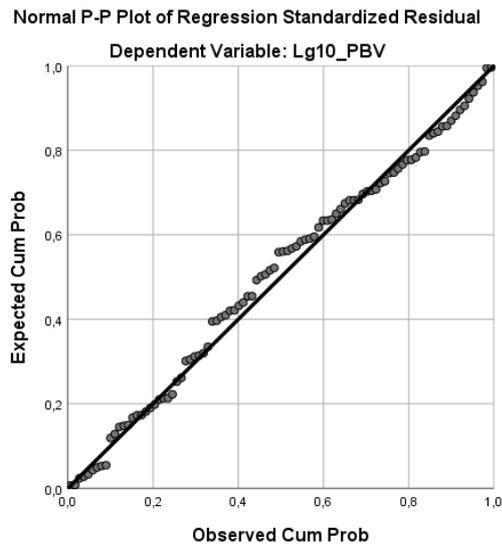
Setelah dilakukan transformasi, data disajikan pada tabel di bawah ini:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RES_lg10
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,41321247
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,045
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai 0,200 yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Dengan demikian distribusi data pada penelitian ini bisa dikatakan normal. Hasil ini sesuai dengan pengujian dengan Normal Probability Plot yang menunjukkan data memiliki distribusi normal, sebagaimana ditunjukkan gambar di bawah ini:



Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui ebaran titik-titik berada di sekitar garis dan mengikuti arah garis. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebaran data normal sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis regresi sederhana.

b. Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas disajikan pada tabel di bawah ini:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8,593	3,997		
	CSR_X1	20,456	6,798	,296	1,000

a. Dependent Variable: PBV_Y

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pada variabel CSR menunjukkan nilai Tolerance dan VIF sebesar 1,00 yang berarti lebih besar dari 0,10 dan lebih kecil dari 10. Dengan hasil pengujian tersebut bisa diartikan data variabel tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Setelah dilakukan tranformasi data hasil uji letjser disajikan pada tabel di bawah ini:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,499	,116	,000
	Lg10_CSR	,736	,477	,126

a. Dependent Variable: Abs_Ig10_ResH1

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai sig. variabel CSR sebesar 0,126 yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 5% ($0,126 > 0,05$). artinya variabel CSR dalam penelitian ini bisa dikatakan homogen atau tidak terjadi varian data.

d. Uji Autokorelasi

Setelah dilakukan transformasi data, hasil uji autokorelasi disajikan di bawah ini:

Runs Test

	RES_lag_In
Test Value ^a	,00733
Cases < Test Value	47
Cases >= Test Value	48
Total Cases	95
Number of Runs	39
Z	-1,959
Asymp. Sig. (2-tailed)	,050

a. Median

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Asymp. Sig. sama dengan 0,05 yang artinya data tidak terjadi autokorelasi. Hasil pengujian ini juga sesuai dengan uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson, sebagaimana ditunjukkan ada tabel di bawah ini:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,090 ^a	,008	-,003	,81267	1,878

a. Predictors: (Constant), lag_ln_csr

b. Dependent Variable: lag_ln_pbv

Dari tabel di atas diperoleh nilai DW sebesar 1.878. Berdasarkan tabel distribusi nilai Durbin Watson dengan jumlah variabel atau $k=1$ dan jumlah sampel atau $N=96$, tingkat kepercayaan sebesar 5% didapatkan nilai $dL = 1,6466$ dan $dU = 1,6887$ yang artinya nilai $dU < DW < (4-dU)$ atau $1,6887 < 1,878 < 2,3113$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada data yang diuji.

Uji Asumsi Klasik (Persamaan Hipotesis 2)

Sebagaimana persamaan regresi I, persamaan regresi II juga memerlukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa variabel yang digunakan berdistribusi normal. Berikut adalah persamaan regresi II:

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 GCG + \beta_3 |CSR-GCG| + e$$

Adapun untuk pengujian uji asumsi klasik untuk persamaan regresi kedua adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Setelah dilakukan transformasi data, hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RES_Normalitas
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,41059568
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,044
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel di atas menunjukkan nilai Asmp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,253	,071			
	ZCSR	,159	,043	,359	,982	1,018
	ZGCG	-,047	,045	-,107	,902	1,109
	AbsCSR_GCG	,032	,054	,059	,901	1,109

a. Dependent Variable: PBV_Y

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel ZCSR, ZGCG dan AbsCSR_GCG masing-masing menunjukkan nilai Tolerance 0.982, 0.902, 0.901 yang berarti lebih besar dari 0.10 da nilai VIF secara berturut-turut 1.018, 1.109, 1.109 yang berarti lebih kecil dari 10. Dengan hasil pengujian tersebut dapat diartikan data variable tidak terdapat multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas pada persamaan regresi kedua dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,224	3	,075	1,183	,321 ^b
	Residual	5,799	92	,063		
	Total	6,023	95			

a. Dependent Variable: AbsRes_Normal

b. Predictors: (Constant), AbsCSR_GCG, ZCSR, ZGCG

Pada tabel di atas diketahui nilai sig. sebesar 0.321 yang artinya lebih besar dari 0.05 ($0.321 > 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mengandung heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi persamaan regresi II disajikan pada tabel di bawah ini:

Runs Test

	RES_Autokorelasi
Test Value ^a	,11919
Cases < Test Value	47
Cases >= Test Value	48
Total Cases	95
Number of Runs	42
Z	-1,340
Asymp. Sig. (2-tailed)	,180

a. Median

Pada tabel output pengujian di atas diketahui nilai sig. sebesar 0.180 yang artinya lebih besar dari 0.05 ($0.180 > 0.05$). dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Pengujian Hipotesis Pertama

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis hipotesis pertama menggunakan regresi linier sederhana yaitu model statistic yang digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independent terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana ini menggunakan SPSS versi 26. Hasil analisis linier sederhana disajikan pada tabel berikut ini:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,970	,191	
	CSR	2,887	,786	,354

a. Dependent Variable: PBV_Y

Berdasarkan tabel di atas di dapatkan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$NP = 0.970 + 2.887CSR + e$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 0.970 bernilai positif. Hal ini menandakan jika CSR dianggap konstan (nol), maka Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 0.970.
2. Nilai koefisien regresi variabel CSR positif sebesar 2.887. Hal ini menunjukkan apabila CSR dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2.887.

b. Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,354 ^a	,126	,116	,41540

a. Predictors: (Constant), Lg10_CSR

Dari tabel di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0.126 atau 12.6% yang berarti bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh sebesar 12.6% terhadap variabel nilai perusahaan, sedangkan sisanya 87.4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

c. Uji Parsial t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,970	,191		5,075	,000
	CSR	2,887	,786	,354	3,674	,000

a. Dependent Variable: PBV_Y

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variable CSR memiliki nilai t hitung positif sebesar 3.674 dengan nilai signifikansi 0.00. Pada tabel t dengan signifikansi 5% derajat kebebasan df (N-k) = 96-2, df=94, diperoleh t tabel sebesar 1.986. hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3.674>1.986) dan nilai signifikansi CSR lebih kecil dari 0.05 (0.000<0.05). maka secara statistic dapat diartikan bahwa variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H1 diterima. Artinya semakin baik pengungkapan CSR atau tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan maka nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV) akan semakin meningkat. Begitu juga sebaliknya semakin buruk CSR maka akan mengurangi nilai perusahaan (PBV).

Pengujian Hipotesis Kedua

a. Regresi Moderasi (Uji Nilai Selisih Mutlak)

Analisis regresi moderasi (Moderated Regression Analysis) pada penelitian ini menggunakan uji nilai selisih mutlak menurut Furcot dan Shearon dalam Ghozali (2018) model interaksi ini lebih disukai karena ekspektasi sebelumnya berhubungan dengan kombinasi X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y. hasil analisis regresi moderasi disajikan pada tabel di bawah ini:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,253	,071	
	ZCSR	,159	,043	,359
	ZGCG	-,047	,045	-,107
	AbsCSR_GCG	,032	,054	,059

a. Dependent Variable: PBV_Y

Berdasarkan tabel di atas didapatkan persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$NP = 0.253 + 0.159ZCSR - 0.047ZGCG + 0.032AbsCSR_GCG + e$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 0.253 bernilai positif. Hal ini menandakan jika variable-variable independent dianggap konstan (nol), maka nilai perusahaan sebesar 0.253.
2. Nilai koefisien regresi variable ZCSR positif sebesar 0.159. hal ini menunjukkan apabila CSR dinaikkan 1 satuan maka akan meingkatkan

nilai perusahaan sebesar 0.159 dengan ketentuan variable lainnya konstan.

3. Nilai koefisien regresi variable ZGCG negative sebesar 0.047. Hal ini menunjukkan apabila ZGCG dinaikkan 1 satuan maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.047 dengan ketentuan variable lainnya konstan.

b. Koefisien Determinan

Hasil uji koefisien determinasi persamaan regresi II dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,370 ^a	,137	,108	,41724

a. Predictors: (Constant), AbsCSR_GCG, ZCSR, ZGCG

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai R² sebesar 0.137 atau 13.7%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variable independent pada persamaan regresi II yaitu ZCSR, ZGCG, dan AbsCSR_GCG memberikan pengaruh sebesar 13.7% terhadap variable dependen yaitu nilai perusahaan (PBV). Sedangkan sisanya 86.3% dipegaruhi oleh variable lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

c. Uji Parsial t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,253	,071		3,569	,001
	ZCSR	,159	,043	,359	3,676	,000
	ZGCG	-,047	,045	-,107	-1,047	,298
	AbsCSR_GCG	,032	,054	,059	,581	,563

a. Dependent Variable: PBV_Y

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan nilai t dan sig. masing-masing variable yaitu sebagai berikut:

1. Variable ZCSR memiliki nilai t hitung positif sebesar 3.676 dengan nilai signifikansi 0.000. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan df (N-4) = 96-2, df = 92, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini meandakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3.676>1.986)

dan nilai signifikansi ZCSR lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel ZCSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

2. Variabel ZGCG memiliki nilai t hitung negative sebesar 1.047 dengan nilai signifikansi 0.298. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan $df (N-4) = 96-2, df=92$, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($1.047 < 1.986$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.298 > 0.05$) maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel ZGCG berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).
3. Variabel moderasi AbsCSR_GCG memiliki nilai t hitung positif sebesar 0.581 dengan nilai signifikansi 0.563. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan $df (N-4) = 96-2, df=92$, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($0.581 < 1.986$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.563 > 0.05$) maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel moderasi AbsCSR_GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga H2 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel GCG bukan merupakan variabel moderating yang memoderasi pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan (PBV).

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tentang pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governace* (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021, maka dapat disimpulkan:

1. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dibuktikan dengan t hitung $3.674 > 1.986$ (t tabel) dan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) pada laporan keberlanjutan yang dilakukan dengan baik, luas dan

- konsisten tentu dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi, yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. *Good Corporate Governace (GCG)* sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan *Corporate Sosial Responbility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Dibuktikan dengan nilai variabel AbsCSR_GCG memiliki t hitung $0.563 < 1.986$ (t tabel) dan signifikansi sebesar $0.581 < 0.05$. GCG yang diprosikan dengan jumlah proporsi Dewan Komisaris Independen bukan menjadi faktor yang dapat mendorong aktivitas CSR secara baik, luas dan konsisten. Sehingga kurang mampu meningkatkan citra perusahaan melalui CSR yang akhirnya tidak mampu menarik bagi para investor untuk menanamkan investasinya dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.
 3. GCG sebagai variabel independen memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan t hitung $-1.047 < 1.986$ (t tabel) dan nilai sig. $0.298 > 0.05$. Jumlah proporsi dewan komisaris independen yang lebih sedikit yang berasal dari luar perusahaan dimungkinkan untuk menjalankan tanggungjawabnya secara penuh

REFERENCE

- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Ardianti. (2016). Pengaruh corporate social responsibility, keputusan investasi, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal nominal / volume V Nomor 2*, 16-28.
- Ari, N. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan indeks lq45 di bursa efek indonesi. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* Vol. 5, No. 1 ISSN :1979-4878, 84.
- Firmansyah et. al, 2019. "Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR *Good Corporate Governance* Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi"
- Ghozali, I dan Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables." *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)* 2(1): 36.

- Ilmi, dkk. 2017. *Effect of Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility Disclosure and Managerial Ownership To the Corporate Value With Financial Performance As Intervening Variables : Case on Indonesia Stock Exchange*. 1: 75–88.
- Indonesia, B. E. (2019). Laporan Keuangan Tahunan. Jakarta: <http://www.idx.co.id>.
- Iwan Kusuma, 2019. ” Analisis pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi “
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variable Moderating, Skripsi FE UNDIP.
- Lisdayanti et. al, 2020. “Pengaruh kinerja keuangan dan CSR terhadap nilai perusahaan”
- Majalah SWA .2010. SWA 26/XXVI/9-19 Desember 2010.
- Nahda. 2011. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi”.
- Naek, Tjun. 2017. “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017*”. Copyright ©2017 Jurnal Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha ISSN 2085-8698 | e-ISSN 2598-4977.
- Nurlaela, L. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Ponorogo: Myria Publisher.
- Prastusi, Budiasih. 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance* pada nilai perusahaan dengan Moderasi Corporate Social Responsibility.
- Purbawangsa, dkk. 2019. *Corporate Governance, Corporate Profitability toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016)*. Social Responsibility Journal (August 2017).
- Renaldi, et. al, 2013. Determinan Terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI)
- Riswari, dkk. 2012. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)”. Jurnal Akuntansi, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-12. Semarang : UNDIP.
- Rosiana, dkk. 2013. “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*”. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 3. Hal. 723 – 738. Bali : Universitas Udayana.
- Salmaa. 2021. Kerangka Berpikir: Pengertian, Cara Membuat, dan Contoh Lengkap.
- Setyawan. 2016. “*pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance* terhadap nilai perusahaan”

- Utomo, Muhammad Muslim. 2000., Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan
- Wahyuning Ambar Setianingrum. 2015. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)”.
- Wardhani, Rulyanti Susi. 2013. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)*. Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen ISSN: 1412-5366 XII(1): 54–86.
- Wijaya, Wirawati. 2019. “*Good Corporate Governance* Sebagai Pemoderasi Pengaruh *Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan”
- Yanto, S.E., Ak., M.Ak., Ery. 2018.*Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate*
- Zulfia. 2019. “Pengaruh CSR dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variable pemoderasi”