

Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel *Intervening*

Chairunisa Apriliani^{1*}, Gusmiarni², Nuzulul Hidayati³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I

chairunisa.apriliani@gmail.com, gusmiarni99@gmail.com, nuzululhidayati17@gmail.com

*Corresponding Author

Diajukan : 10 Nopember 2022

Disetujui : 13 Nopember 2022

Dipublikasikan : 27 Januari 2023

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of profitability, intuitional ownership, audit committee and independent commissioners on firm value using corporate social responsibility disclosure as an intervening variable. Purposive sampling was used to collect the research sample. This study used 25 manufacturing companies listed on the IDX between 2016 and 2020 as samples based on the defined criteria. The results of this research indicate that the profitability and institutional ownership have a negative and not significant effect on corporate social responsibility disclosure, while the audit committee and independent commissioners directly has a positive and not significant effect on corporate social responsibility disclosure. Profitability directly has a positive and insignificant effect on firm value, while institutional ownership, audit committee and corporate social responsibility disclosure directly have a negative and significant effect on firm value and independent commissioners directly has a positive and not significant effect on firm value. Profitability, institutional ownership, and independent commissioners indirectly through corporate social responsibility disclosure does have a significant effect on firm value, while the audit committee indirectly through corporate social responsibility disclosure does not have a significant effect on firm value.

Keywords: *Profitability, Intuitional Ownership, Audit Committee, Independent Commissioners Firm Value, Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Salah satu masalah perekonomian suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi tidak dapat meningkat tanpa adanya berbagai faktor pendukung lainnya. Perekonomian khususnya di Indonesia pasti tidak lepas dari peran pelaku ekonomi itu sendiri, salah satunya adalah perusahaan. Perusahaan dapat memberikan kontribusi untuk pertumbuhan ekonomi dengan melahirkan lapangan pekerjaan dan juga mencangkup kebutuhan masyarakat melalui hasil produksi kegiatan usahanya baik barang maupun jasa. BI (Bank Indonesia) memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada angka 5,1-5,5% pada tahun 2020, hasil tersebut tidak jauh berbeda pada tahun 2019 yang berada pada angka 5,1-5,2%. Salah satu faktor yang menjanjikan dan berkontribusi dalam membantu laju pertumbuhan ekonomi adalah perusahaan sektor manufaktur. Oleh sebab itu, industri manufaktur di Indonesia memiliki peranan penting dalam laju pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Perusahaan manufaktur khususnya untuk sub sektor makanan dan minuman ialah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan produk yang di jual dengan tujuan untuk dapat memperoleh laba atau keuntungan. Sektor makanan dan minuman ini dituntut untuk berkompetitif dan terus berinovasi dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas tinggi dan juga mampu bersaing secara global sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen. Industri makanan dan minuman di

Indonesia sendiri memiliki potensi yang sangat besar, karena pada dasarnya masyarakat membutuhkan makanan dan minuman untuk dikonsumsi setiap harinya. Hal tersebut membuat peluang yang besar dalam sektor usaha di bidang industri makanan dan minuman.

Perusahaan selaku suatu entitas ekonomi yang memiliki tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara maksimum dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan gambaran dari baik buruknya kinerja perusahaan, yang tentu saja akan berpengaruh terhadap pandangan investor pada sebuah perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Purbopangestu & Subowo, 2014). Optimalisasi nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan jangka panjang perusahaan yang dapat dicapai dengan melaksanakan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai dengan adanya kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain, meliputi shareholder maupun stakeholder dalam membuat keputusan keuangan dengan tujuan memaksimalkan modal kerja yang dimiliki. Faktor keuangan yang memengaruhi nilai perusahaan antara lain seperti tanggung jawab sosial, *good corporate governance*, *board diversity*, *insider ownership*, kebijakan hutang, kebijakan deviden, keputusan investasi, keputusan pendanaan, profitabilitas, skala perusahaan dan umur perusahaan (Purbopangestu & Subowo, 2014).

Profitabilitas adalah kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai profitabilitas yang terdapat pada laporan keuangan, berarti semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan. Hal tersebut akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan di mata para investor yang juga tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan. Pada dasarnya, terdapat beberapa aspek lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan seperangkat kaidah yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajer, karyawan, pemerintah, kreditur, dan *stakeholders* lainnya supaya seimbang antara hak dan kewajibannya dalam (Pratomo & Alma, 2020). (Susanto & Carningsih, 2013) menegaskan dengan adanya mekanisme GCG ini diharapkan dapat memonitoring manajer perusahaan agar lebih efektif sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka dapat juga meningkatkan harga saham perusahaan. Mekanisme GCG juga memiliki berkaitan erat dengan kebijakan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam membentuk citra perusahaan yang baik. Citra perusahaan yang baik pastinya akan memikat minat para investor untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan (Kusumayanti & Astika, 2016), bahwa penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominalnya saja, tetapi juga citra yang melekat pada perusahaan tersebut, sehingga pengakuan CSR dianggap menjadi salah satu bentuk investasi yang baik demi perkembangan dan keberlanjutan bisnis perusahaan, yang tentunya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, kepemilikan institusional, komite audit dan komisaris independen. Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan profitabilitas, kepemilikan institusional, komite audit dan komisaris independen sebagai variabel independen, serta pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel *intervening*.

STUDI LITERATUR

Teori Keagenan

Teori keagenan (*Agency Theory*) dapat didefinisikan sebagai teori yang menggambarkan hubungan yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*), karena pada dasarnya antara *agent* dan *principal* memiliki kepentingan yang berbeda yang menyebabkan terjadinya konflik keagenan (*agent conflict*). Pihak pemilik (*principal*)

menginginkan laba yang sebesar-besarnya sedangkan pihak manajemen (*agent*) menginginkan bonus yang besar. Sehingga kedua pihak ini selalu terjadi konflik karena perbedaan tujuan tersebut.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial kemasyarakatan karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin *legitimate* (sah). Hal ini mengindikasikan adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Kholmi & Susadi, 2021). Keberadaan perusahaan sangat ditentukan oleh masyarakat, karena hubungan keduanya saling mempengaruhi. Dengan demikian, legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Teori Stakeholder

Menurut (Kholmi & Susadi, 2021) teori *stakeholder* pada dasarnya mengatakan bahwa perusahaan merupakan suatu entitas yang beroperasi, tidak hanya untuk kepentingannya sendiri melainkan harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Konsep *stakeholder* pertama kali dikembangkan oleh Freeman untuk menjelaskan tingkah laku sebuah perusahaan (*corporate behaviour*) dan kinerja social (Wiratno & Muaziz, 2020). Menurut Untung dalam (Wilestari & Handayani, 2019) sama dengan halnya pemegang saham yang memiliki hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga memiliki hak terhadap perusahaan. Teori *stakeholder* berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para *stakeholder*-nya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas untuk memaksimalkan laba dan kepentingan pemegang saham, namun juga harus memperhatikan konsumen, pemasok, pemerintah, pesaing, masyarakat, dan karyawan sebagai bagian dari operasi perusahaan itu sendiri.

Teori Sinyal

Isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan catatan penting suatu perusahaan baik di masa lalu, saat ini maupun di masa yang akan datang. (Roida, 2008) menyatakan bahwa informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan atau yang diterima oleh pasar merupakan sebuah sinyal yang dapat dianggap sebagai sinyal positif (berita baik) atau sinyal negatif (berita buruk), tergantung preferensi atas sinyal tersebut. Informasi yang jika dilihat dalam konteks sinyal dapat meningkatkan reputasi perusahaan, sehingga sinyal merupakan biaya untuk mendapatkan *return* (tingkat keuntungan) yang diharapkan oleh perusahaan. Salah satu *corporate action* yang merupakan informasi sekaligus tanda (*signal*) adalah perusahaan yang mengumumkan aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Positive Accounting Theory (PAT)

Teori akuntansi positif dapat dijelaskan sebagai fenomena akuntansi yang diamati di dalam masyarakat. Teori akuntansi positif dimaksudkan memprediksi konsekuensi yang terjadi apabila manajer menentukan pilihan tertentu. Penjelasan atau prediksi dilakukan menurut kesesuaian pada proses kontrak atau hubungan keagenan antara manajer dengan kelompok lain seperti kreditor, auditor, investor, pihak pengelola pasar modal dan institusi pemerintah (Syailendra, 2014). Prosedur akuntansi yang diaplikasikan oleh perusahaan tidak harus sama dengan yang lainnya, namun perusahaan diberi kebebasan untuk memilih salah satu alternatif prosedur yang tersedia untuk meminimalkan biaya kontrak dan memaksimalkan nilai perusahaan. Adanya

kebebasan untuk memilih prosedur, maka dengan itu manajer memiliki kecenderungan melakukan suatu tindakan yang menurut teori akuntansi positif dinamakan sebagai tindakan oportunistik (*opportunistic behavior*). Tindakan oportunistik adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memilih kebijakan akuntansi yang menguntungkan dan memaksimalkan kepuasan perusahaan tersebut.

Nilai Perusahaan

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. 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. 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. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Q = \frac{\text{Market Value Equity} + \text{Debt}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan:

Q = Tobin's Q

MVE = Nilai Pasar Ekuitas (Jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikali dengan harga penutupan saham)

D (Debt) = Nilai buku dari total hutang

Total Assets = Total aktiva

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan. Pada dasarnya, tanggung jawab sosial merupakan sebuah konsep tentang perlunya perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat maupun *stakeholder* lainnya. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSDI}_j = \frac{\sum X_{1j}}{N_j}$$

Keterangan :

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

X_j : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

N_j : Jumlah item pengungkapan tanggung jawab sosial

Profitabilitas

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aset atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah proporsi saham yang dimiliki oleh pihak institusi pada akhir tahun yang diukur dalam presentase. Institusi yang dimaksud dalam Masyarakat, bank, perusahaan asuransi, dana pensiun, perusahaan investasi, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki institusi terhadap jumlah lembar saham perusahaan yang beredar secara keseluruhan. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Yang Dimiliki Institusional}}{\text{Total Modal Saham Yang Beredar}}$$

Komite Audit

Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris perusahaan, yang anggotanya diangkat dan diberhentikan oleh dewan komisaris, yang bertugas membantu melakukan pemeriksaan atau penelitian yang dianggap perlu terhadap pelaksanaan fungsi direksi dalam pengelolaan perusahaan. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KA = \frac{\text{Jumlah Auditor Independen}}{\text{Total Komite Audit}}$$

Komisaris Independen

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang diangkat berdasarkan keputusan RUPS dari pihak yang terafiliasi dengan pemegang saham, anggota direksi dan/ atau anggota dewan komisaris lainnya. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KO = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Total Dewan Komisaris}}$$

Hipotesis

H1: Diduga profitabilitas secara langsung mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

H2: Diduga kepemilikan institusional secara langsung mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

H3: Diduga komite audit secara langsung mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

H4: Diduga komisaris independen secara langsung mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

H5: Diduga profitabilitas secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan.

H6: Diduga kepemilikan institusional secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan.

H7: Diduga komite audit secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan.

H8: Diduga komisaris independen secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan.

H9: Diduga pengungkapan tanggung jawab social perusahaan secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan.

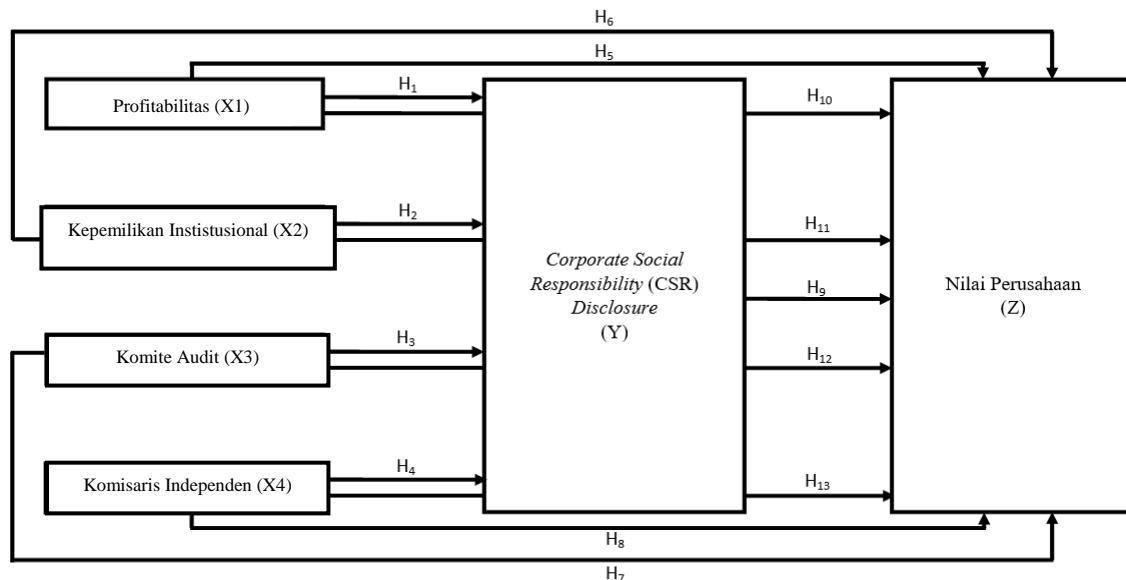
H10: Diduga profitabilitas secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan sebagai variabel intervensi.

H11: Diduga kepemilikan institusional secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan sebagai variabel intervensi.

H12: Diduga komite audit secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan sebagai variabel intervensi.

H13: Diduga komisaris independen secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan sebagai variabel intervensi.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data yang Sudah Diolah Oleh Penulis (2022)

METODE

Jenis Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2011) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penentuan sampel dilakukan melalui teknik penelitian lapangan (*Field Research*) dengan melakukan survei langsung ke lokasi sumber data sekunder yaitu di Bursa Efek Indonesia tepatnya pada Pusat Referensi Pasar Modal (*Capital Market Reference Center*) Jakarta Stock Exchange (JSX) dan *Homepage* BEI. Kemudian mencari dan mengumpulkan data-data yang relevan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pemilihan dan penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019), *Purposive Sampling* merupakan teknik untuk menentukan sample dengan beberapa pertimbangan tertentu. Dimana sampel yang digunakan ditentukan sendiri oleh peneliti dan didapat dari kriteria yang ditentukan.

Kriteria digunakan untuk memilih sampel penelitian diantaranya: 1) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016 – 2020; 2) Data laporan keuangan lengkap untuk periode 2016 – 2020; 3) Selama periode penelitian, perusahaan membuat laporan keuangan tahunan dan dipublikasikan secara luas; 4) Perusahaan menyediakan laporan keuangan dalam mata uang rupiah (IDR), akibtnya perusahaan yang menyediakan laporan keuangan dalam satuan mata uang selain rupiah akan dikeluarkan dari sampel; dan 5) Perusahaan yang menghasilkan laba bersih positif dalam laporan laba rugi.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis terdapat 75 data (N) unit observasi dari 15 sampel perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang memiliki data sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian.

Rencana Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah metode analisis data regresi berganda. Metode regresi berganda merupakan metode prediksi yang memiliki lebih dari satu variabel bebas, metode ini sering disebut dengan *multiple regression*. Jenis regresi berganda yang dipilih pada penelitian ini yaitu jenis regresi data panel berganda. Jenis regresi data panel berganda ini adalah prediksi yang memiliki kompleksitas karena melibatkan data time series dan cross section. Dalam penelitian ini, analisis regresi data panel berganda menggunakan bantuan *software Eviews 10.0*. serta Microsoft Excel 2010 sebagai alat

untuk menguji data. Teknik manual yang digunakan mengingat tidak semuanya data dapat diolah menggunakan komputer, tetapi dengan perantara manual data baru bisa diinput dengan tujuan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar.

HASIL

Statistik Deskriptif

Analisis ini memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *minimum*, *maximum* dan standar deviasi (Ghozali & Ratmono, 2017). Deskripsi data tersebut menghasilkan informasi yang jelas lalu data tersebut dapat dipahami. Hasil uji statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Z	X1	X2	X3	X4	Y
Mean	3.994534	0.157603	0.783174	0.414951	0.428254	0.826667
Median	2.547848	0.112057	0.817822	0.333333	0.400000	1.000000
Maximum	22.72045	0.920997	0.925000	0.667000	0.833333	1.000000
Minimum	0.395914	0.000526	0.500671	0.200000	0.250000	0.000000
Std. Dev.	4.706477	0.150428	0.128156	0.141071	0.120976	0.381084
Skewness	2.047413	2.328247	-0.999132	1.054528	1.795289	-1.725951
Sum	299.5900	11.82022	58.73804	31.12133	32.11905	62.00000
Observations	75	75	75	75	75	75

Sumber : Data yang Sudah Diolah Oleh Penulis (2022)

Analisis Regresi Logistik

Tabel 2. Analisis Regresi Logistik

Dependent Variable: Y				
Method: ML - Binary Logit (Newton-Raphson / Marquardt steps)				
Date: 02/04/22 Time: 07:18				
Sample: 2016 2020				
Included observations: 75				
Convergence achieved after 4 iterations				
Coefficient covariance computed using observed Hessian				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	1.760999	3.663187	0-480729	0.6307
X1	-1.628795	2.165051	-0.752312	0.4519
X2	-5.500428	3.858630	-1.425487	0.1540
X3	4.993482	3.392508	1.471914	0.1410
X4	6.281845	3.815144	1.646555	0.0996

Sumber : Data yang Sudah Diolah Oleh Penulis (2022)

Nilai *coefficient* profitabilitas sebesar -1.628795 dengan probabilitas 0.6307 > 0.05. Artinya, profitabilitas berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Dengan demikian H₁ tidak terbukti.

Nilai *coefficient* kepemilikan institusional sebesar -5.500428 dengan probabilitas 0.1540 > 0.05. Artinya, kepemilikan institusional berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Dengan demikian H₂ tidak terbukti.

Nilai *coefficient* komite audit sebesar 4.993482 dengan probabilitas 0.1410 > 0.05. Artinya,

komite audit berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Dengan demikian H_3 tidak terbukti.

Nilai *coefficient* komisaris independen sebesar 6.281845 dengan probabilitas $0.0996 > 0.05$. Artinya, komisaris independen berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan. Dengan demikian H_4 tidak terbukti.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil Uji Chow menyatakan bahwa *Fixed Effect Model* yang dipilih. Di sisi lain, hasil dari Uji *Hausman* menyatakan bahwa *Fixed Effect Model* yang dipilih. Sehingga tidak perlu dilakukan Uji *Lagrange Multiplier (LM-test)* karena dari hasil tersebut model panel yang dipilih dalam penelitian ini *Fixed Effect Model*. Berikut hasil regresinya:

Tabel 3. Hasil Uji *Fixed Effect Model*

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)				
Date: 02/04/22 Time: 07:18				
Sample: 2016 2020				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 15				
Total panel (balanced) observations: 75				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
X1	4.867097	1.958106	2.485615	0.0160
X2	-230.2611	81.18839	-2.836133	0.0064
X3	-1.802493	0.890058	-2.025140	0.0477
X4	2.364788	6.202599	0.381258	0.7045
Y	-0.439920	0.195341	-2.252058	0.0283
C	183.6608	63.65173	2-885401	0.0056

Sumber : Data yang Sudah Diolah Oleh Penulis (2022)

Nilai *coefficient* profitabilitas (X1) sebesar 4.867097 dengan probabilitas sebesar $0.0160 < 0.05$. Artinya, profitabilitas secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa H_5 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

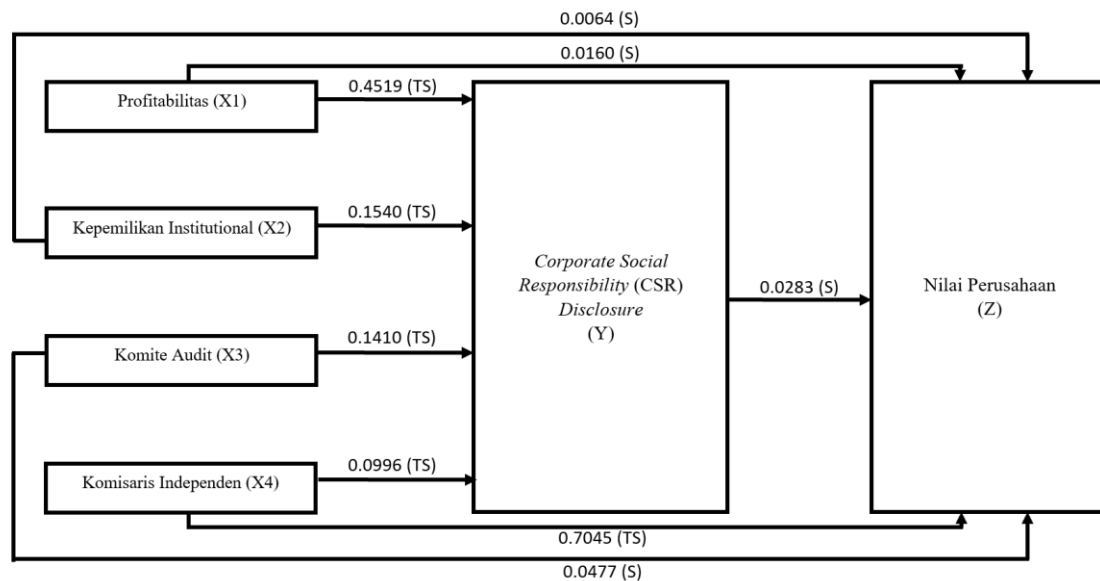
Nilai *coefficient* kepemilikan institusional (X2) sebesar -230.2611 dengan probabilitas sebesar $0.0064 < 0.05$. Artinya, kepemilikan institusional secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa H_6 yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

Nilai *coefficient* komite audit (X3) sebesar -1.802493 dengan probabilitas sebesar $0.0477 < 0.05$. Artinya, komite audit secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa H_7 yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

Nilai *coefficient* komisaris independen (X4) sebesar 2.364788 dengan probabilitas sebesar $0.7045 > 0.05$. Artinya, komisaris independen secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa H_8 yang menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tidak diterima.

Nilai *coefficient* pengungkapan tanggung jawab social perusahaan sebesar -0.439920 dengan probabilitas sebesar $0.0283 < 0.05$. Artinya, *corporate social responsibility disclosure* secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa H_9 yang menyatakan bahwa *csr disclosure* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

Analisis Variabel Intervening



Gambar 2. Hasil Pengujian Regresi
 Sumber: Data yang Sudah Diolah Oleh Penulis (2022)

Analisis Pengaruh Profitabilitas Secara Tidak Langsung Terhadap Nilai Perusahaan Melalui CSR Disclosure

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 0.0160. Sedangkan pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui *csr disclosure* adalah perkalian nilai probabilitas $0.4519 \times 0.0283 = 0.0128$. Maka pengaruh total yang diberikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0.0160 + 0.0128 = 0.0288$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0.0160 dan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0.0128. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_{10} terbukti.

Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional Secara Tidak Langsung Terhadap Nilai Perusahaan Melalui CSR Disclosure

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan sebesar 0.0064. Sedangkan pengaruh tidak langsung kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan melalui *corporate sosial responsibility disclosure* adalah perkalian nilai probabilitas $0.1540 \times 0.0283 = 0.0044$. Maka pengaruh total yang diberikan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0.0064 + 0.0044 = 0.0108$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0.0064 dan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0.0044. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kepemilikan institusional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_{11} terbukti.

Analisis Pengaruh Komite Audit Secara Tidak Langsung Terhadap Nilai Perusahaan Melalui CSR Disclosure

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan komite audit terhadap nilai perusahaan sebesar 0.0477. Sedangkan pengaruh tidak langsung komite audit terhadap nilai perusahaan melalui *corporate sosial responsibility disclosure* adalah perkalian nilai probabilitas $0.1410 \times 0.0283 = 0.0039$. Maka pengaruh total yang diberikan komite audit terhadap nilai perusahaan adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0.0477 + 0.0039 = 0.0516$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar

0.0477 dan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0.0039. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung komite audit mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_{12} tidak terbukti.

Analisis Pengaruh Komisaris Independen Secara Tidak Langsung Terhadap Nilai perusahaan Melalui CSR Disclosure

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan komisaris independen terhadap nilai perusahaan sebesar 0.7045. Sedangkan pengaruh tidak langsung komisaris independen terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility disclosure* adalah perkalian nilai probabilitas $0.0996 \times 0.0283 = 0.0028$. Maka pengaruh total yang diberikan komisaris independen terhadap nilai perusahaan adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung $0.7045 + 0.0028 = 0.7073$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0.7045 dan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0.0028. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung komisaris independen mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_{13} tidak terbukti

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Secara Langsung terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H_1)

Dari Hasil Uji Regresi Logistik, diketahui nilai koefisien beta sebesar -1,6287 (bertanda negatif) dengan probabilitas sebesar 0.4519 menjelaskan bahwa profitabilitas secara langsung berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H_1 yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure tidak terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor lain yang dapat mempengaruhi hipotesa, misalnya karena perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya untuk melaksanakan ketentuan perundangundangan agar perusahaan tidak akan terkena sanksi atau kemungkinan profitabilitas yang dimiliki perusahaan banyak digunakan untuk melunasi hutangnya terlebih dahulu, sedangkan sisanya digunakan untuk operasional perusahaan perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Secara Langsung terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H_2)

Hasil Uji Regresi Logistik, diketahui nilai koefisien beta sebesar -5,5004 (bertanda negatif) dengan probabilitas sebesar 0.1540 menjelaskan bahwa kepemilikan institusional secara langsung berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H_2 yang menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure tidak terbukti. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian (Purbopangestu & Subowo, 2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Hal ini disebabkan kepemilikan institusional belum mempertimbangkan CSR sebagai salah satu kriteria dalam berinvestasi pada suatu perusahaan sehingga investor institusi tidak menganggap penting suatu perusahaan melakukan pengungkapan CSR atau tidak.

Pengaruh Komite Audit Secara Langsung terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H_3)

Hasil Uji Regresi Logistik, diketahui nilai koefisien beta sebesar 4.9934 (bertanda positif) dengan probabilitas sebesar 0.1410 menjelaskan bahwa komite audit secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H_3 yang menyatakan komite audit berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure tidak terbukti. Hasil ini mendukung penelitian (Dewi & Emi Eka Yanti, 2019) mengemukakan bahwa variabel komite audit memiliki hubungan positif namun tidak signifikan. Hal ini berarti variabel komite audit tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Hasil ini menunjukkan bahwa komite audit dalam perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang bisa disebabkan karena fungsi pengawasan yang dijalankan perusahaan, karena komite audit mempunyai tugas untuk membantu komisaris atau dewan pengawas dalam pelaksanaan transparansi perusahaan.

Pengaruh Komisaris Independen Secara Langsung terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H₄)

Hasil Uji Regresi Logistik, diketahui nilai koefisien beta sebesar 6.2818 (bertanda positif) dengan probabilitas sebesar 0.0996 menjelaskan bahwa komisaris independen secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H₄ yang menyatakan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap CSR disclosure tidak terbukti. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Prasetya & Sari, 2022) yang menyatakan bahwa komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial*. Hasil ini juga sejalan dengan Haniffa dan Cooke dalam (Djuitaningsih & Marsyah, 2012) yang menyatakan apabila jumlah komisaris independen di suatu perusahaan semakin besar atau dominan, maka dapat memberikan power kepada dewan komisaris untuk meningkatkan kualitas pengungkapan informasi perusahaan. Komposisi dewan komisaris independen yang semakin besar dapat mendorong dewan komisaris untuk bertindak objektif dan mampu melindungi seluruh stakeholders perusahaan sehingga hal ini dapat mendorong pengungkapan CSR lebih luas. Komisaris independen diperlukan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham dan benar-benar menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan lainnya (Djuitaningsih & Marsyah, 2012).

Pengaruh Profitabilitas Secara Langsung terhadap Nilai Perusahaan (H₅)

Hasil Uji Fixed Effect Model, diketahui nilai koefisien beta sebesar 4.8670 (bertanda positif) dengan probabilitas sebesar 0.016 menjelaskan bahwa profitabilitas secara langsung berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H₅ yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan terbukti. Jika profitabilitas mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya. Jadi hipotesis kelima yang diajukan peneliti diterima. Hal ini sesuai dengan teori bahwa profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi Hasil ini sejalan dengan penelitian (Yulandani et al., 2018) dan (Priyadi, 2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Secara Langsung terhadap Nilai Perusahaan (H₆)

Hasil Uji Fixed Effect Model, diketahui nilai koefisien beta sebesar -230.2611 (bertanda negatif) dengan probabilitas sebesar 0.0064 menjelaskan bahwa kepemilikan institusional secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H₆ yang menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan terbukti. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Asnawi et al., 2019) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji statistik tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kepemilikan institusional membawa dampak pada semakin kuatnya tingkat pengendalian yang dilakukan pihak pemegang saham atas perilaku manajer yang ditujukan untuk mengurangi agency cost dan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Komite Audit Secara Langsung terhadap Nilai Perusahaan (H₇)

Hasil Uji Fixed Effect Model, diketahui nilai koefisien beta sebesar -1.8024 (bertanda negatif) dengan probabilitas sebesar 0.0477 menjelaskan bahwa komite audit secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H₇ yang menyatakan komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan terbukti. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Amaliyah & Herwiyanti, 2019) yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa komite audit mempunyai peran yang dapat meningkatkan pengawasan terhadap pelaporan keuangan yang dibuat oleh manajer. Selain itu, komite audit memiliki peran dalam menghambat perilaku manajemen dalam menekan manajemen laba. Melalui rapat komite audit dapat dipastikan pertanggungjawaban jalannya perusahaan sudah sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan

yang berlaku Indonesia. Citra perusahaan dapat tercermin dari kualitas komite audit yang baik sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Komisaris Independen Secara Langsung terhadap Nilai Perusahaan (H_8)

Hasil Uji Fixed Effect Model, diketahui nilai koefisien beta sebesar 2.3647 (bertanda positif) dengan probabilitas sebesar 0.7045 menjelaskan bahwa komisaris independen secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H_8 yang menyatakan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tidak terbukti. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Sondokan et al., 2019) yang menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh secara tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Secara Langsung terhadap Nilai Perusahaan (H_9)

Hasil Uji Fixed Effect Model, diketahui nilai koefisien beta sebesar -0.4399 (bertanda negatif) dengan probabilitas sebesar 0.0283 menjelaskan bahwa corporate social responsibility disclosure secara langsung berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian, Hipotesis H_9 yang menyatakan corporate social responsibility disclosure berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan terbukti. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka nilai perusahaan cenderung akan menurun.

Pengaruh Profitabilitas Secara Tidak Langsung terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H_{10})

Hipotesis H_{10} menyatakan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan hubungan tidak langsung antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui CSR ($0.0160 > 0,0128$). Dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Corporate Social Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hubungan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening dalam profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sebuah prestasi kinerja yang baik sehingga perusahaan akan mendapatkan banyak sorotan dari stakeholder, sehingga meningkatkan kewajiban perusahaan atas pelaporan informasi terkait kegiatan CSR. Perusahaan yang menyampaikan berita baik (*good news*) terkait kinerja perusahaan kepada investor diharapkan dapat menjadi sinyal positif terhadap tingkat return investasi yang ditangkap oleh investor, sehingga berdampak pada kenaikan harga saham dan meningkatnya nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional Secara Tidak Langsung terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H_{11})

Hipotesis H_{11} menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR, dan hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh langsung kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan hubungan tidak langsung antara kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan melalui CSR ($0.0064 > 0,0044$). Dari gambar 2 juga terlihat bahwa hubungan X_2 terhadap Z berpengaruh atau signifikan, dan dari tabel juga dapat dilihat bahwa hubungan Z terhadap Y juga berpengaruh. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, Corporate Social Responsibility menjadi variabel intervening kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Komite Audit Secara Tidak Langsung terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H₁₂)

Hipotesis H₁₂ menyatakan bahwa terdapat pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan melalui CSR, dan hasil pengujian pengaruh langsung komite audit terhadap nilai perusahaan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan hubungan tidak langsung antara komite audit terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR ($0.0477 > 0.0039$) namun karena komite audit tidak berpengaruh terhadap CSR maka hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening pada hubungan komite audit terhadap nilai perusahaan. Adanya komite audit yang bertanggungjawab atas kredibilitas dan kualitas laporan keuangan perusahaan yang nantinya laporan keuangan tersebut akan digunakan oleh pihak internal dan eksternal perusahaan jelas akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan komisaris independen, komite audit memiliki keterbatasan wewenang yaitu hanya pada laporan keuangan sehingga komite audit tidak ikut berperan dalam program pengungkapan CSR.

Pengaruh Komisaris Independen Secara Tidak Langsung terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (H₁₃)

Hipotesis H₁₃ menyatakan bahwa terdapat pengaruh komisaris independen terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR, dan hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh langsung komisaris independen terhadap nilai perusahaan adalah 0,7045 sedangkan pengaruh tidak langsung komisaris independen terhadap nilai perusahaan adalah 0,0028. Komisaris independen mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR dan nilai perusahaan namun pengaruh langsung variabel komisaris independen terhadap nilai perusahaan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung antara komisaris independen terhadap nilai perusahaan melalui CSR ($0,0477 > 0,0028$), dengan demikian pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening antara hubungan komisaris terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena intervensi yang diberikan oleh dewan komisaris pada pihak manajemen atas kinerja sosial perusahaan tidak terlalu tampak dan lebih menjalankan fungsinya sebagai pengawas pada kinerja keuangan dari pada sosial. Jumlah dewan komisaris independen tidak dapat dijadikan jaminan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini kemungkinan dikarenakan keberadaan komisaris independen hanya sebagai formalitas untuk memenuhi regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan sehingga komisaris independen tidak melaksanakan fungsi monitoring dengan baik. Data penelitian menunjukkan rata-rata kepemilikan institusional yang tidak terlalu besar yaitu 39,55% sehingga menunjukkan bahwa kemampuan kepemilikan institusional dalam proses monitoring serta dalam melakukan dorongan terhadap kinerja manajemen belum efektif. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 33/POJK.04/2014 yang menetapkan bahwa setiap emiten wajib memiliki komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari jumlah seluruh dewan komisaris independen. Proporsi dewan komisaris independen yang dimiliki oleh perusahaan pertambangan tidak terlalu besar sehingga ada kemungkinan manajemen untuk melakukan tindakan oportunistik yang dapat menimbulkan konflik keagenan.

KESIMPULAN

Kesimpulan berikut diambil dari temuan penelitian dan analisis. Profitabilitas, kepemilikan institusional, komite audit dan komisaris independen secara langsung tidak berpengaruh terhadap *csr disclosure* pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang tercatat di BEI periode 2016-2020. Profitabilitas, kepemilikan institusional dan komite audit secara langsung mempengaruhi nilai pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi BEI periode tahun 2016 sampai 2020. Selain itu, komisaris independen tidak berdampak secara langsung pada nilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi BEI. Sedangkan, *csr disclosure* berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang tercatat di BEI tahun 2016-2020. Sementara itu, profitabilitas dan kepemilikan institusional secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan melalui *csr disclosure* sedangkan komite audit dan komisaris independen secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *csr disclosure*. Studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi temuan. Misalnya, riset ini hanya menilai perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang

terdaftar di BEI antara tahun 2016 dan 2020. Selain itu, ukuran sampel keseluruhan sederhana karena penelitian ini hanya berlaku untuk perusahaan yang memenuhi persyaratan penelitian untuk pengambilan sampel yang sesuai dengan tujuan.

REFERENSI

- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Akuntansi*, 9(3), 187–200. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.187-200>
- Asnawi, A., Ibrahim, R., & Saputra, M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *JPED (Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam)*, 5(1), 70–83. <https://doi.org/10.24815/jped.v5i1.14089>
- Dewi, P. P., & Emi Eka Yanti, I. G. A. (2019). Kinerja Lingkungan, Manajemen Laba, Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility (CSR). *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 569–589. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i01.p22>
- Djuitaningsih, T., & Marsyah, W. A. (2012). Pengaruh Manajemen Laba Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Media Riset Akuntansi*, 2(2), 187–211.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan Eview 10*.
- Kholmi, M., & Susadi, M. N. Z. (2021). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(1), 129–138. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2515>
- Kusumayanti, N., & Astika, I. (2016). Corporate Social Responsibility sebagai pemediasi pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15(1), 549–583.
- Prasetya, W., & Sari, D. P. (2022). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Independen sebagai Moderator Hubungan Ukuran Perusahaan (Size) terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 3391–3399. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3408>
- Pratomo, D., & Alma, N. (2020). Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 13(2), 98–107. <https://doi.org/10.35143/jakb.v13i2.3675>
- Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(3).
- Purbopangestu, H. W., & Subowo, S. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 3(3), 321–333.
- Sondokan, N. v., Koleangan, R. A., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Dewan Direksi, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5812–5830. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26517>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, H., & Carningsih. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *UG Jurnal*, 7(07), 09–11.
- Syailendra, B. R. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemilihan Metode Penilaian Persediaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Dagang Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008-2012). *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 333–344. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

- Wilestari, M., & Handayani, R. P. (2019). Analisis Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 19–33. <https://uia.e-journal.id/Akrual/article/view/1019>
- Wiratno, A., & Muaziz, F. (2020). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Mempengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(1), 28–41. <https://doi.org/10.32424/jeba.v22i1.1562>
- Yulandani, F., Hartanti, R., & Dwimulyani, S. (2018). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi. *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*, 1(1).