

Profitabilitas, *Good Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate social responsibility* dan Nilai Perusahaan

Anak Agung Sagung Dewi Laksmi¹
Ni Gusti Putu Wirawati²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: sagungdewi6@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian bertujuan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *good corporate governance*, dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan. Penelitian dilakukan pada perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dipilih pada penelitian ini dan diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan dengan sampel amatan sebanyak 65 amatan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bukti, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, *good corporate governance* berpengaruh positif namun tidak signifikan pada nilai perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas; *Good Corporate Governance*; Pengungkapan *Corporate social responsibility*; Nilai Perusahaan.

Profitability, Good Corporate Governance, Disclosure of Corporate social responsibility and Corporate Value

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of profitability, good corporate governance, and disclosure of corporate social responsibility on firm value. The research was conducted on oil palm plantation companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 period. Purposive sampling is the technique of determining the sample chosen in this study and obtained a sample of 13 companies with a sample of 65 observations. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the research results obtained evidence, profitability has a positive and significant effect on firm value, good corporate governance has a positive but not significant effect on firm value, and disclosure of corporate social responsibility has a negative and insignificant effect on firm value.

Keywords: Profitability; *Good Corporate Governance*; *Corporate social responsibility Disclosure*; Firm Value.

Artikel dapat diakses: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 32 No. 4
Denpasar, 26 April 2022
Hal. 1046-1056

DOI:
10.24843/EJA.2022.v32.i04.p16

PENGUTIPAN:

Laksmi, A. A. S. D., &
Wirawati, N. G. P. (2022).
Profitabilitas, *Good Corporate Governance*, Pengungkapan
Corporate social responsibility
dan Nilai Perusahaan.
E-Jurnal Akuntansi,
32(4), 1046-1056

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
22 Oktober 2021
Artikel Diterima:
21 April 2022

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan digunakan sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara menyeluruh dan hal tersebut penting bagi investor (Cecilia *et al.*, 2017). Investor dalam berinvestasi tentu akan menggunakan informasi-informasi yang diperoleh sebagai bahan dalam memertimbangkan keputusannya. Profitabilitas menjadi salah satu indikator dari faktor keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan membantu meningkatkan kepercayaan dari investor terkait keberlangsungan hidup suatu perusahaan (Sabatini & Sudana, 2019). GCG merupakan sebuah sistem tata kelola perusahaan yang menjadi dasar suatu proses, mekanisme dalam mengelola perusahaan yang baik berdasarkan peraturan dan etika berusaha guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan dan membantu menciptakan iklim usaha yang sehat (Putri & Ulupui, 2017). Sehingga dengan adanya GCG akan meningkatkan kualitas tata kelola perusahaan dan meningkatkan keyakinan investor bahwa perusahaan telah dikelola dengan baik oleh manajemen serta akan berdampak pula pada peningkatan nilai perusahaan. Kinerja sosial dalam bentuk pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan aspek yang dipertimbangkan pengaruhnya dalam meningkatkan nilai perusahaan dan dapat dijadikan indikator dalam pertumbuhan kelangsungan usahanya untuk mempertahankan eksistensi dalam rantai bisnis.

Di Indonesia, komoditas kelapa sawit merupakan salah satu komoditas unggulan. Perkembangan ini dipengaruhi pula oleh kebijakan pemerintah terkait penggunaan biodiesel untuk mengurangi penggunaan bahan bakar fosil (solar) yang selama ini diimpor dari negara lain dengan menggantikannya menggunakan kelapa sawit. Tingginya permintaan akan kebutuhan kelapa sawit mengakibatkan perusahaan akan berusaha dalam meningkatkan pula capaian produksi yang dihasilkan. Peningkatan tersebut akan sejalan dengan kebutuhan lahan yang memadai. Perluasan lahan maupun dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan tentu akan membawa berbagai dampak negatif terhadap lingkungan.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menemukan hasil yang berbeda. Menurut Inastri (2017), Putri & Mardenia (2019), serta Fangestu *et al.* (2020) meneliti terkait dengan Pengaruh GCG dan CSR pada Nilai Perusahaan, menemukan bahwa GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sedangkan CSR berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Hasil sebaliknya ditemukan oleh Fauzi *et al.* (2016), Susanto (2017), Hapsari (2018), dan Wijaya & Wirawati (2019) dengan variabel GCG berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya ditemukan adanya inkonsistensi hasil penelitian sehingga hal ini memotivasi peneliti untuk mengkaji lebih dalam lagi penelitian terkait dengan nilai perusahaan. Penelitian ini menambahkan variabel profitabilitas guna meneliti pengaruhnya terhadap fenomena yang terjadi, dengan menggunakan tahun penelitian 2016-2020, serta menggunakan objek penelitian yang masih relatif sedikit digunakan yaitu perusahaan kelapa sawit yang terdaftar di BEI.

Penelitian nilai perusahaan dilakukan dengan mengacu pada teori sinyal atau *signalling theory* yang memaknai sinyal sebagai suatu isyarat berupa informasi terkait kondisi suatu perusahaan yang digunakan sebagai bahan oleh investor dalam mempertimbangkan keputusan berinvestasi. Jogiyanto (2017) dan Bae *et al*

(2018) menyatakan hal serupa dimana apabila informasi yang diungkapkan dianggap memiliki sinyal positif, harapannya pasar akan bereaksi dengan meningkatnya harga saham dan berdampak pula pada peningkatan nilai perusahaan. Tingginya capaian profitabilitas dari perusahaan akan menjadi hal yang mampu menarik investor. Apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka hal ini mampu menunjukkan kemampuan perusahaan mempertahankan kelangsungan hidupnya (Ararat *et al.*, 2016)

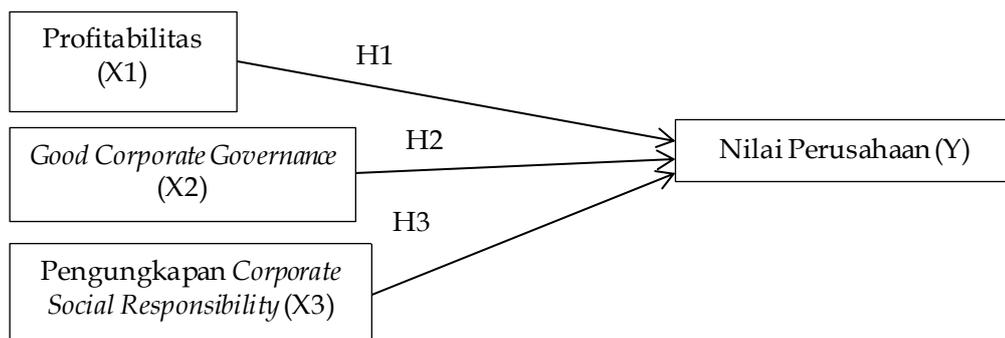
H₁: Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya tentu mengharapkan tercapainya seluruh tujuan perusahaan dengan menggunakan segala upaya seperti mendelegasikan wewenang kepada seseorang yang memiliki keahlian untuk melakukan pengelolaan pada perusahaan. Dalam teori keagenan dinyatakan bahwa konflik yang terjadi antara prinsipal dan agen terjadi karena asimetri informasi, sehingga diperlukan upaya untuk meminimalisir hal tersebut dengan suatu mekanisme pengawasan yang baik atau mengupayakan penerapan dari GCG (Jensen & Meckling, 1976). Penerapan tata kelola perusahaan yang baik akan berdampak pula pada upaya penyalarsan kepentingan antara prinsipal dan agen dan sebagai upaya peningkatan nilai suatu perusahaan (Vinelda, 2016).

H₂: *Good Corporate Governance* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya perlu memperhatikan strategi dalam memposisikan perusahaannya agar dapat diterima dan didukung oleh masyarakat sekitar. Berdasarkan teori legitimasi yang menyatakan bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk dapat diterima adalah dengan memperoleh kepercayaan lingkungan sekitar dengan memberikan hubungan timbal balik yang positif melalui kegiatan CSR. Raj & Azam (2021) menyatakan bahwa wujud kepatuhan terhadap norma dan nilai yang berlaku di masyarakat, mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela sebagai upaya memperoleh legitimasi. Pengungkapan ini dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap dampak yang dihasilkan dari tindakan operasional perusahaan. Pengungkapan pelaksanaan kegiatan CSR akan membangun citra positif perusahaan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan yang dibuktikan dengan meningkatnya harga saham suatu perusahaan (Chung *et al.*, 2018).

H₃: Pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2021

METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data sekunder berupa data laporan tahunan perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di BEI melalui situs resmi BEI. Metode dokumentasi dipilih sebagai teknik dalam mengumpulkan data. Penelitian ini memilih perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di BEI sebagai populasi pada penelitian ini dengan jumlah populasi sebanyak 21 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Sampel pada penelitian ini berjumlah 13 perusahaan dengan sampel amatan sebanyak 65 data. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Adapun yang menjadi syarat yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar berturut-turut di BEI selama periode 2016-2020 serta mempublikasikan laporan tahunan selama periode 2016-2020.

Variabel terikat pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan digunakan sebagai indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara menyeluruh dan hal tersebut penting bagi investor (Cecilia *et al.*, 2017) Nilai perusahaan dapat diukur dengan berbagai rasio keuangan, salah satunya adalah Price to Book Value (PBV). Rasio PBV sebagai indikator yang digunakan dalam mengukur kinerja pasar saham terhadap nilai buku saham atau dapat dikatakan sebagai perbandingan antara market value suatu saham dengan book value. Semakin tinggi rasio PBV menandakan perusahaan berhasil dalam menciptakan nilai bagi perusahaan sehingga akan memiliki reputasi yang baik.

$$PBV = (\text{Market price per share}) / (\text{Book value per share}) \dots \dots \dots (1)$$

Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari profitabilitas, GCG, dan pengungkapan CSR. Kasmir (2017) memaknai profitabilitas sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh profit selama periode yang ditetapkan. Dengan profitabilitas yang tinggi, investor cenderung memiliki ketertarikan yang lebih dan memberikan penilaian yang positif bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja usaha yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan Net Profit Margin (NPM). Rasio NPM mampu mencerminkan laba bersih yang diperoleh perusahaan berdasarkan penjualan bersih.

$$NPM = (\text{Net Income}) / (\text{Net Sales}) \dots \dots \dots (2)$$

Putri & Ulupui (2017) memaknai GCG sebagai sebuah sistem tata kelola perusahaan yang menjadi dasar suatu proses, mekanisme dalam mengelola perusahaan yang baik berdasarkan peraturan dan etika berusaha guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan dengan menciptakan iklim usaha yang sehat. Penelitian ini mengukur variabel GCG dengan menggunakan salah satu dari empat mekanisme GCG yang didalam pelaksanaannya akan dilakukan uji analisis faktor guna menemukan satu variabel faktor yang paling dominan dalam memengaruhi variabel GCG.

Menurut Pratiwi *et al.* (2016) kepemilikan institusional (INST) merupakan pemegang saham yang dimiliki oleh institusi seperti pemerintah, lembaga atau institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri dan institusi

lainnya. Proporsi kepemilikan institusional dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$INST = (\text{Jumlah lembar saham yang dimiliki institusi}) / (\text{Total saham beredar}) \dots(3)$$

Kepemilikan manajerial (MNJ) merupakan banyaknya kepemilikan saham oleh manajemen dalam suatu perusahaan (Pratiwi *et al.*, 2016). Kepemilikan manajerial dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$MNJ = (\text{Jumlah saham yang dimiliki manajemen}) / (\text{Total saham yang beredar}) \dots(4)$$

Menurut Aryanto & Setyorini (2019) dewan komisaris independen (KI) didefinisikan sebagai komisaris yang berasal dari luar perusahaan, tidak memiliki ikatan bisnis maupun hubungan keluarga antara pemegang saham atau direksi. Proporsi komisaris independen dapat diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$KI = (\text{Jumlah anggota dewan komisaris independen}) / (\text{Jumlah anggota dewan komisaris}) \dots(5)$$

Komite audit (KA) merupakan orang-orang yang dibentuk oleh dewan komisaris perusahaan dan memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mengawasi pengelolaan perusahaan (Prastuti & Budiasih, 2015). Komite audit diukur dengan rumus sebagai berikut.

$$KA = (\text{Jumlah komite audit}) / (\text{Jumlah dewan komisaris}) \dots(6)$$

Variabel independen ketiga yaitu pengungkapan CSR yang didefinisikan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan atas akibat yang diakibatkan dari operasional perusahaan. Semakin tinggi bentuk pertanggungjawaban perusahaan akan semakin meningkatkan reputasi perusahaan. Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan *Corporate social responsibility Disclosure Index (CSRDi)* dengan berpedoman pada GRI Standards. Dalam pengukuran dengan GRI Standards akan menggunakan 85 item pengungkapan. Variabel *dummy* digunakan dalam pengukuran dengan GRI Standards, yaitu setiap kategori yang diungkapkan dalam informasi pengungkapan CSR pada instrumen penelitian diberi nilai 1, dan sebaliknya jika kategori informasi tidak diungkapkan di dalam laporan tahunan akan diberi skor 0. Adapun rumus pengukuran CSRDI adalah sebagai berikut.

$$CSRDi = (\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}) / (\text{Jumlah seluruh item indikator pengungkapan CSR (85 item)}) \dots(7)$$

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan disetiap variabel atau dapat dikatakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya dua atau lebih variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas yaitu Profitabilitas, *Good Corporate Governance (GCG)* dan pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*. Sedangkan, variabel terikat dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Adapun bentuk persamaannya yaitu sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon \dots(8)$$

Keterangan:

Y = Koefisien Nilai Perusahaan

α = Konstanta

b_1 = Koefisien Profitabilitas

b_2 = Koefisien *Good Corporate Governance (GCG)*

b_3 = Koefisien Pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*

- X_1 = Variabel Profitabilitas
 X_2 = Variabel *Good Corporate Governance* (GCG)
 X_3 = Variabel Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR)
 ε = Standart Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini telah diolah menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini disajikan pada Tabel 1

Tabel 1 Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Std. Error		
1 (Constant)	0,636	0,096		6,611	0,000
Profitabilitas	0,793	0,304	0,412	2,610	0,012
GCG	0,193	0,106	0,242	1,819	0,075
CSR	-0,819	0,600	-0,221	-1,364	0,178
<i>Adjusted R Square</i>		0,127			
F Hitung		3,608			
Signifikansi F		0,019			

a. *Dependent Variable*: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Penelitian, 2021

Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil analisis linear berganda pada Tabel 1 sebagai berikut.

$$Y = 0,636 + 0,793 X_1 + 0,193 X_2$$

Nilai konstanta sebesar 0,636 menyatakan apabila variabel profitabilitas, GCG, dan pengungkapan CSR memiliki nilai konstan, maka variabel dependen nilai perusahaan sebesar 0,636. $\beta_1 = 0,793$ apabila profitabilitas meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,793. $\beta_2 = 0,193$ memiliki arti apabila tata kelola perusahaan meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan meningkat pula sebesar 0,193.

Berdasarkan hipotesis pertama yang diajukan, variabel profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil pengujian dimana variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,012 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hal tersebut hipotesis pertama yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan dapat diterima. Hal ini menandakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Pada saat sinyal berupa informasi positif diterima, pasar akan bereaksi kemudian berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa profitabilitas yang tinggi dianggap memiliki sinyal yang baik terkait keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Hal ini selaras dengan teori sinyal.

Hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan penelitian Tikawati (2016), Halik (2018), Setiawati (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang semakin tinggi akan mempengaruhi produktivitas kinerja perusahaan dan mendorong kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Kalbuana & Mulyati (2015) serta Vinelda (2016) menemukan hasil sebaliknya dimana profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan sampel dan rentang waktu dilakukannya penelitian sehingga dianggap tidak mampu menggambarkan perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hipotesis kedua yang diajukan, variabel GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hal ini tidak didukung oleh hasil pengujian dimana variabel GCG yang diproksikan dengan struktur kepemilikan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,075 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hal tersebut hipotesis kedua yang menyatakan GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan tidak dapat diterima atau ditolak dikarenakan tidak teruji secara signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan tata kelola perusahaan yang diproksikan dengan variabel faktor struktur kepemilikan belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji analisis faktor, variabel faktor struktur kepemilikan hanya mampu mencerminkan variabel GCG sebesar 40,550 persen serta berdasarkan hasil uji statistik menghasilkan hasil yang tidak selaras dengan hipotesis yang diajukan yaitu GCG berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sehingga H_2 ditolak.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu GCG tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, hal ini selaras dengan teori sinyal dimana oleh karena informasi yang diberikan perusahaan kelapa sawit terkait GCG yang dicerminkan oleh struktur kepemilikan dirasa tidaklah mencerminkan perusahaan telah melakukan GCG dengan baik sehingga pasar tidak terpengaruh akibat informasi tersebut. Hasil penelitian yang diperoleh bertentangan dengan teori keagenan karena penerapan GCG melalui penerapan struktur kepemilikan dalam upaya mengatasi konflik keagenan tidaklah mempengaruhi secara signifikan sehingga investor tidak menjadikan hal ini sebagai pertimbangan dalam berinvestasi. Hasil penelitian yang didapatkan sesuai dengan penelitian Prastuti & Budiasih (2015) dan Widianingsih (2018) yang menyatakan bahwa GCG tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini diprediksi disebabkan karena jumlah pemegang saham yang beredar belum efektif dalam mengatasi masalah keagenan serta manajer dan institusi lain yang memegang saham perusahaan kelapa sawit belum memiliki saham dalam jumlah yang cukup signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Hersugondo (2018) menemukan hasil sebaliknya.

Berdasarkan hipotesis ketiga yang diajukan, variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hal ini tidak didukung oleh hasil pengujian dimana variabel pengungkapan CSR memiliki nilai signifikansi sebesar 0,178 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hal tersebut hipotesis ketiga yang menyatakan pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan tidak dapat diterima atau ditolak. Penelitian menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan perkebunan kelapa sawit belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan bahkan memiliki kecenderungan untuk menurunkan nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang telah dibangun tidak dapat diterima atau ditolak.

Hasil penelitian yang diperoleh dimana pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan dapat terjadi dikarenakan asumsi peneliti bahwa informasi yang diungkapkan terkait tanggung jawab perusahaan kurang informatif dan beberapa kegiatan yang dilakukan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan tidak efektif dilakukan sehingga dirasa hanya mengurangi perolehan keuntungan. Hal ini juga dinyatakan pada penelitian Inastri (2017) yang mengutip pernyataan Campbell & Slack (2008) bahwa terdapat dua kemungkinan yang terjadi yaitu investor memiliki anggapan bahwa alokasi sumber daya perusahaan terhadap kegiatan sosial tidak berkaitan dengan inti bisnis bahkan memiliki kecenderungan mengurangi keuntungan perusahaan. Apabila asumsi pertama yang diajukan benar, maka hal ini memiliki makna bahwa pasar belum memiliki kesiapan untuk memiliki komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atas dampak yang diakibatkan oleh operasional perusahaan. Asumsi kedua menurut Cardamone & Giunta (2012), hal ini diakibatkan oleh pengungkapan informasi yang dilakukan masih belum relevan sesuai fakta yang sebenarnya sehingga diperlukan usaha lebih jelas dalam melakukan pengungkapan CSR.

Hasil yang diperoleh bertentangan dengan teori sinyal, dimana teori ini menyatakan bahwa pengungkapan keuangan dan non-keuangan akan menjadi sinyal yang baik yang dapat direspon positif oleh pasar sehingga akan mempengaruhi perusahaan dalam memperoleh citra positif. Namun, hal ini tidak selaras dengan hasil penelitian yang ditemukan. Hasil penelitian ini juga bertentangan dengan teori legitimasi yang mungkin disebabkan karena adanya pertimbangan masyarakat terkait validasi atas tindakan yang dilakukan perusahaan tersebut untuk memperoleh suatu legitimasi. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa pasar lebih memfokuskan pada faktor keuangan dalam mempertahankan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang diperoleh selaras dengan penelitian Inastri (2017), Putri & Mardenia (2019), serta Fangestu *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi *et al.* (2016) dan Susanto (2017) menemukan hasil sebaliknya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, variabel GCG memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan namun tidak teruji secara signifikan, serta variabel pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

Saran yang dapat diterapkan kepada peneliti selanjutnya yaitu menggunakan variabel lain yang diprediksi dapat memengaruhi nilai perusahaan seperti ukuran perusahaan. Peneliti juga dapat mengukur GCG dengan mekanisme yang lebih luas dalam mengukur penerapan GCG agar hasilnya lebih akurat. Penelitian kedepannya dapat menggunakan jenis perusahaan yang berbeda dengan jumlah sampel yang lebih banyak sehingga tidak terbatas pada perusahaan perkebunan kelapa sawit. Penelitian ini memiliki keterbatasan sampel perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

Selain itu, penelitian ini juga mengukur GCG dengan menggunakan faktor struktur kepemilikan sehingga hasil yang diperoleh kurang akurat dalam mengukur penerapan GCG.

REFERENSI

- Ararat, M., Black, B. S., & Yurtoglu, B. B. (2016). The Effect of Corporate Governance on Firm Value and Profitability: Time-Series Evidence from Turkey. *Emerging Markets Review*.
<https://doi.org/10.1016/j.ememar.2016.10.001>
- Aryanto, & Setyorini, C. T. (2019). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Informasi Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 14(2), 181-196.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jipak.v14i2.5020>
- Bae, S. M., Masud, A. K., & Kim, J. D. (2018). A Cross-Country Investigation of Corporate Governance and Corporate Sustainability Disclosure : A Signaling Theory Perspective. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute*.
<https://doi.org/10.3390/su10082611>
- Campbell, D., & Slack, R. (2008). Corporate " Philanthropy Strategy " and " Strategic Philanthropy " Disclosures in Annual Reports. 187-212.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0007650306297941>
- Cardamone, P., & Giunta, F. (2012). The value relevance of social reporting : evidence from listed Italian companies. 13(3), 255-269.
<https://doi.org/10.1108/09675421211281326>
- Cecilia, Rambe, S., & Torong, M. Z. B. (2017). Analisis Pengaruh Corporate social responsibility , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Jurnal Akuntansi*, Hal 1-22.
- Chung, C. Y., Jung, S., & Young, J. (2018). Do CSR Activities Increase Firm Value ? Evidence from the Korean Market. 1-22. <https://doi.org/10.3390/su10093164>
- Fangestu, F., Putra, Y. A., Jenny, Cindy, Liwardi, L., & Afiezan, H. A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan, Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (GCG) Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Yang Ada Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 777-793.
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/442>
- Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). Pengaruh Gcg Dan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal InFestasi*, Vol. 12, N.
- Halik, A. C. (2018). Pengaruh ROA dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan. *Scientific Journal Of Reflection*, 1(1), 1-10.
- Hapsari, A. A. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Corporate social responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 211-222.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/549>
- Hersugondo, H. (2018). Struktur Kepemilikan Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Keuangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2016. 978-979.
- Inastri, M. A. (2017). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan

- Pengungkapan *Corporate social responsibility* Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 21(2), 1400–1429. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p20>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Corporate Governance: Values, Ethics and Leadership*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.94043>
- Jogiyanto, H. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi 11). BPFE.
- Kalbuana, N., & Mulyati, H. (2015). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Yariah Paper Accounting FEB UMS*, 2011, 71–81.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Prastuti, N. K. K., & Budiasih, I. G. A. N. (2015). Pengaruh *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan dengan Moderasi *Corporate social responsibility*. *E-Jurnal Akuntansi*, 13(1), 114–129. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/11647/10712>
- Pratiwi, F. L., Anatasia, E. R., & Purwanto, N. (2016). Analisis Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan yang Terdaftar DI BEI. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1–15.
- Putri, I. G. A. M. A. D., & Ulupui, I. G. K. A. (2017). *Pengantar Corporate Governance*. cv. Sastra Utama.
- Putri, T., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 14(2), 156–169. <https://doi.org/10.21009/wahana.14024>
- Raj, S. K., & Azam, M. R. (2021). Sustainability Reporting In Fiji Listed Companies: A Voluntary Disclosure Perspective Using Legitimacy Theory. *Corporate Ownership & Control*, 18(3), 410–422. <https://doi.org/10.22495/cocv18i3siart14>
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Corporate social responsibility* Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Setiawati, L. W. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29–57. <https://doi.org/10.25170/jara.v12i1.57>
- Susanto, C. M. (2017). Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate social responsibility*. *Media Riset Akuntansi, Auditing Dan Informasi*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.25105/mraai.v13i1.1735>
- Tikawati. (2016). Pengaruh Corporate Governance, Growth Opportunity Dan Net Profit Margin (Npm) Terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Samarinda*, 10–26.
- Vinelda, A. (2016). Corporate Governance , Profitabilitas , dan Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Widyatama*, 355–368.
- Widianingsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, serta Komite Audit pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai

Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(1), 38.
<https://doi.org/10.29040/jap.v19i1.196>

Wijaya, I. P. I., & Wirawati, N. G. P. (2019). *Good Corporate Governance* Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate social responsibility* pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1436.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p22>