PENGARUH IMPLEMENTASI *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2022)

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Qurrotariska Zalfasalsabila

No. Mahasiswa : 20312492

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PENGARUH IMPLEMENTASI *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2022)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Qurrotariska Zalfasalsabila

NIM : 20312492

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penelitian skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 2 Agustus 2024

Penulis



Qurrotariska Zalfasalsabila

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH IMPLEMENTASI *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG) DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2022)

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Qurrotariska Zalfasalsabila

NIM : 20312492

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 9 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,



(Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Implementasi Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Pada Perusahaam Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022)

Disusun oleh : QURROTARISKA ZALFASALSABILA

Nomor Mahasiswa : 20312492

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 02 September 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D. .....

Penguji : Hendi Yogi Prabowo, SE., M.ForAccy., CFra., Ph.D. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA., CertIPSAS.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT dan atas nikmat, rahmat, serta izin-Nyalah sehingga penulis dapat diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul "Pengaruh Implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Pada Perusahaam Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022)" dengan sebaik-baiknya.

Selama proses penulisan tugas akhir ini, tentunya penulis mengalami banyak macam tantangan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan juga rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberi bantuan dan semangat kepada penulis tugas akhir ini. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta kemudahan dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ayah Marsudi Raharjo dan Ibu Istiwuryani. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan atas segala bentuk bantuan, pengorbanan, motivasi, semangat, tulus kasih dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Terima kasih untuk selalu menjadi penguat penulis dalam perjalanan panjang yang dilalui penulis. Terima kasih karena telah menjadi orang tua yang luar biasa hebat dan tangguh.
3. Kakak, Rizki Intan Maharyani yang selalu menjadi inspirasi dan contoh untuk penulis agar selalu kuat. Terima kasih karena mau menjadi teman dalam bertukar pikiran dan berkeluh kesah. Terima kasih atas waktu, materi, doa yang selalu dilangitkan dan juga terima kasih untuk segala hal baik yang telah diberikan kepada penulis selama ini.

4. Adik, Fadhil Rizqullah yang selalu menjadi menjadi penguat dan penyemangat penulis selama ini. Terima kasih atas segala hal baik yang diberikan dan doa yang selalu dilangitkan selama ini. Terima kasih untuk sabarmu menghadapi penulis yang terkadang emosional dan keras kepala ini.
5. Bapak Fathul Wahid, ST., M,Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia dan seluruh jajaran pemimpin universitas.
6. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Ibu Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu, arahan, dan wejangan bermanfaat kepada penulis dalam proses penulisan ini.
9. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Akuntansi dan seluruh staff yang bekerja di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII yang telah memberikan ilmu dan arahan yang diberikan kepada penulis selama menjalani studi.
10. Teman-teman tercinta, Victoria Vina Widiastuti, Afifah Khairunisa, Nuriza Ulfa, Vincentia Ferer Dayinta Pinesti Mahanani dan Destiatun Wening Rina Winanti yang selalu memberikan semangat dan memotivasi penulis dalam proses penulisan ini. Terima kasih karena selalu mengusahakan yang terbaik agar tetap selalu bersama.
11. Teman-teman Prik, Lintang Nur Hidayat, Victoria Vina Widiastuti, Ana Marlina, Lavenia Devy Nur'Aeny dan Riyan Nugroho atas dukungannya selama ini kepada penulis. Terima kasih untuk selalu meluangkan waktunya agar bisa saling memberikan semangat dan menguatkan.
12. Teman-teman terdekat penulis selama studi Dyah Ayu Nur Laila Andini, Intan Dias Setyaningrum, Ronna Shinta Kirana dan Fanindia Pangestuti. Terima kasih untuk semangat yang kalian berikan kepada penulis.

13. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
14. Untuk makhluk hidup yang mungkin tidak paham dengan bahasa manusia. Milo, Simba dan Kichi terima kasih sudah selalu menemani penulis yang secara tidak langsung dapat memberikan semangat kepada penulis.
15. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Qurrotariska Zalfasalsabila. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena selalu kuat untuk melanjutkan langkah dan mimpi yang masih panjang. Walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan belum berhasil, namun terima kasih karena tetap menjadi manusia yang selalu mencoba.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 9 Agustus 2024

Penulis

Qurrotariska Zalfasalsabila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
ABSTRAK ..... **xv**
ABSTRACT ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang **1**
1.2. Rumusan Masalah **5**
1.3. Tujuan Penelitian **6**
1.4. Manfaat Penelitian **6**
1.5. Sistematika Penulisan **7**
BAB II KAJIAN TEORI **9**
2.1 Landasan Teori **9**
2.1.1 Teori Stakeholder **9**
2.1.2 Teori Agensi **9**
2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR) **10**
2.1.4 Good Corporate Governance (GCG) **10**
2.1.5 Komite Audit **12**
2.1.6 Ukuran Perusahaan **12**
2.1.7 Nilai Perusahaan **13**
2.2 Penelitian Terdahulu **13**
2.3 Hipotesis Penelitian **14**

2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan 14
2.3.2 Pengaruh Ukuran Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan . 15
2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan 15
2.4 Kerangka Pemikiran 16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 17
3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian 17
3.2 Metode Pengumpulan Data 17
3.3 Definisi Variabel 18
3.3.1 Nilai Perusahaan 18
3.3.2 Corporate Social Responsibility 18
3.3.3 Good Corporate Governance 19
3.4 Metode Analisis Data 20
3.4.1 Analisis Regresi Berganda 20
3.4.2 Analisis Deskriptif 20
3.4.3 Uji Asumsi Klasik 20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 23
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 23
4.2 Analisis Statistik Deskriptif 24
4.3 Uji Asumsi Klasik 25
4.3.1 Uji Normalitas 25
4.3.2 Uji Multikolinieritas 26
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas 27
4.3.4 Uji Autokorelasi 28
4.4 Uji Hipotesis 29
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi 29
4.4.2 Uji Statistik t 30
4.5 Pembahasan 31
4.5.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan 31
4.5.2 Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan 32
4.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan 33

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 34
5.1. Kesimpulan 34
5.2. Saran 35
DAFTAR PUSTAKA 36
LAMPIRAN 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 16

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Nama Perusahaan 23
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif 24
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test 25
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas 26
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 28
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi 29
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi 29
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik t 30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Nilai Pengukuran Komite Audit, Ukuran Perusahaan, CSR dan PBV 39
Lampiran 1.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... 42
Lampiran 1.3 Hasil Uji Normalitas 43
Lampiran 1.4 Hasil Uji Multikolinieritas 43
Lampiran 1.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 44
Lampiran 1.6 Hasil Uji Autokorelasi 44
Lampiran 1.7 Hasil Uji Hipotesis 44
Lampiran 1.8 Hasil Uji Statistik t..... 45

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai dari nilai perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Komite Audit dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan untuk variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Komite Audit dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Komite Audit, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of factors that can affect the value of Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2022. In this study, the method used is *purposive sampling*. The data used is secondary data derived from annual financial statements. The independent variables used in this study are Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Audit Committee and Company Size. As for the dependent variable used in this study, namely Company Value. This study shows the results that Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Audit Committee and Company Size have an effect on Company Value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Audit Committee, Company Size and Company Value.

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, terdapat banyak sekali indikator ekonomi untuk menilai kinerja dalam sebuah bisnis. Penggunaan indikator sebagai alat untuk mengukur suatu variabel sangatlah penting karena membantu memberikan pemahaman sederhana tentang arti variabel tersebut (Kristiyanti, 2012). Penentuan indeks sebagai alat ukur suatu variabel tidaklah mudah, karena indikator tersebut harus mampu mewakili variabel yang akan diukur secara akurat, sehingga dapat diterima dan digunakan secara ilmiah.

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting karena sebuah nilai perusahaan yang tinggi akan membawa kesejahteraan yang besar pula bagi para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Ridhotullah, 2016). Nilai perusahaan yang tinggi merupakan cita-cita para pemilik usaha karena nilai yang tinggi mencerminkan kemakmuran dari para pemegang saham yang tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan diwakili oleh harga pasar saham, yang mencerminkan keputusan investasi, pembiayaan dan juga manajemen aset.

Dalam melakukan penilaian sebuah perusahaan Corporate Social Responsibility (CSR) dan juga Good Corporate Governance (GCG) adalah sebuah hal yang penting. Pada saat ini CSR menjadi sebuah tren global, terutama dengan munculnya produk ramah lingkungan yang

mengedepankan prinsip sosial dan hak asasi manusia. Sedangkan untuk konsep GCG sendiri didasarkan pada masalah pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan dalam perusahaan, yang kemudian dimodelkan dengan menggunakan teori keagenan.

Sebuah organisasi, lembaga, maupun perusahaan memiliki sebuah kewajiban yang harus mereka lakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban. Organisasi yang memiliki kepedulian sosial dapat memanfaatkan data kewajiban sosial yang pasti biasanya disebut sebagai Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai salah satu tangan atas organisasi (Zuhroh dan Sukmawati, 2008: 78). Hubungan sebuah organisasi dengan lingkungan sosial disekitar mereka yang memerlukan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sehingga memerlukan tata kelola perusahaan (GCG) yang baik pula. Melalui penerapan CSR dan GCG, organisasi harus memperluas pertimbangan iklim, kondisi lingkungan kerja, hubungan organisasi, area lokal dan upaya sosial perusahaan. Dengan asumsi CSR dilaksanakan maka GCG saja sudah cukup, karena dengan menerapkan CSR pada organisasi, sebenarnya perusahaan ingin memberikan pembuktian kepada para pemangku kepentingan bahwa organisasi telah melakukan pengelolaan bisnis yang baik.

Saat ini banyak sekali masalah-masalah lingkungan yang terjadi di sekitar kita. Hal tersebut terjadi karena banyak faktor, salah satunya karena adanya sebuah organisasi, lembaga maupun perusahaan. Adanya kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan menimbulkan akibat bagi

lingkungan disekitarnya. Maka dari itulah penting adanya Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebuah bentuk tanggung jawab sosial dari perusahaan terhadap lingkungan disekitarnya. Namun, CSR tidak hanya bertanggung terhadap lingkungan sekitarnya saja melainkan bertanggung jawab pula terhadap para konsumen, karyawan dan juga para pemegang saham dalam segala aspek operasional perusahaan.

Pada kenyataannya Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) belum selalu dipraktekkan dengan baik dalam sebuah perusahaan yang pada akhirnya menyebabkan penentuan atau penilaian perusahaan menjadi kurang baik. Maka dari itulah disini akan dijelaskan bagaimana pengimplementasian CSR dan GCG terhadap nilai sebuah perusahaan di perusahaan tertentu.

Dalam sebuah perusahaan CSR dengan GCG merupakan suatu hal yang berhubungan erat bagaikan dua sisi mata uang yang saling melengkapi. Dalam hal ini, jika salah satu dari hal tersebut tidak berjalan dengan baik maka akan terjadi ketidakseimbangan dalam perusahaan. Karena pada dasarnya CSR dan GCG merupakan aspek penting dalam penentuan nilai sebuah perusahaan.

(Sugiarto, 2016) mengungkapkan bahwa salah satu model yang digunakan untuk menilai suatu perusahaan adalah CSR. Indikator dari nilai suatu perusahaan tersebut dapat terdiri dari catatan keuangan, kondisi pasar, pengalaman maanajemen dan aset perusahaan. Model lain yang juga sangat populer dikalangan peneliti dan akademisi adalah GCG. Model ini berkaitan

dengan tata kelola perusahaan, GCG berkaitan dengan CSR dimana perusahaan yang mempunyai tata kelola perusahaan yang baik pasti akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya.

(Apriani & Khairani, 2023) mengungkapkan bahwa CSR mempengaruhi ke arah positif terhadap nilai sebuah perusahaan. Sedangkan untuk kesimpulan dari uji t menunjukkan bahwa GCG dengan dewan berpengaruh negatif dan tidak cocok dengan perusahaan. Penjelasan tersebut karena dalam konteks ini dewan komisaris merangkap menjadi komite audit di perusahaan yang menyebabkan nilai perusahaan memburuk.

(Tarmadi Putri & Mardenia, 2019) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan meningkat seiring dengan penerapan GCG yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini karena investor menganggap perusahaan yang menerapkan GCG memiliki sistem pengendalian interal yang kuat. Sedangkan untuk CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Selain itu hal ini karena masih ada banyak investor yang menganggap bahwa CSR sebagai suatu hal yang kurang relevan dalam pengambilan sebuah keputusan.

Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan. Kedua hal tersebut memiliki hubungan yang erat dengan tata kelola sebuah perusahaan. Alasan saya memilih GCG dan CSR sebagai objek yaitu karena ingin mengetahui dampak dan juga kegunaan dari GCG dan juga CSR dalam sebuah perusahaan.

Perusahaan dalam bidang makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri di Bursa Efek Indonesia yang memiliki peluang besar untuk dapat tumbuh. Perusahaan pada sektor ini diperkirkan akan dapat bertahan dan terus membaik kedepannya. Hal ini terlihat dari merebaknya perusahaan-perusahaan baru yang terus bermunculan khususnya semenjak adanya krisis yang berkepanjangan. Industri barang konsumsi memang memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. Perusahaan-perusahaan dalam industri ini tidak hanya berkontribusi dalam menyediakan produk yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat, tetapi juga berperan signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan.

Penelitian ini dilakukan untuk meniliti data terbaru yang ada dengan data yang lebih lengkap. Selain itu penulis juga ingin meneliti mengenai masalah yang belum terdapat pada penelitian sebelumnya. Maka dari itu peneliti ingin meneliti masalah tersebut dengan judul "Pengaruh Implementasi Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022)"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh GCG yang diukur menggunakan Komite Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2018-2022?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari adanya CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2018-2022
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari adanya GCG yang diukur menggunakan Komite Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI pada tahun 2018-2022

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi perusahaan dalam memberikan tanggung jawab sosialnya sehingga muncul citra positif dari masyarakat atas kehadiran perusahaan di lingkungan sekita mereka. Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan

perusahaan untuk lebih memperhatikan kinerja dari para karyawan agar kredibilitas perusahaan di mata stakeholder dapat dijaga dengan baik.

2. Bagi Masyarakat

   Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberi informasi dan pemahaman pada masyarakat agar masyarakat mengetahui bahwa hubungannya dengan perusahaan tidak hanya sebatas hubungan antara produsen dan konsumen atau antara penjual dan pembeli, namun juga dapat menimbulkan kerjasama yang baik antara kedua belah pihak agar memiliki hubungan kemitraan dalam membangun masyarakat lingkungan yang baik.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi pertimbangan dalam penelitian berikutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan akan berisi mengenai penjelasan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan juga prosedur mengenai penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Pada bagian kajian pustaka dan landasan teori ini akan berisi mengenai definisi teori dan juga variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini di dalamnya berisi Teori Stakeholder, Teori Agensi, Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Komite Audit, Ukuran Perusahaan, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab metode penelitian ini akan berisi mengenai pembahasan populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan berisi pembahasan mengenai uraian data penelitian, alat yang digunakan untuk penelitian dan juga berisi mengenai hasil analisis data yang diuraikan dan dibahasa.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bagian bab terakhir ini akan berisi mengenai kesimpulan dan juga saran yang berisi ringkasan mengenai seluruh hasil penelitian yang sudah dilakukan serta rekomendasi bagi peneliti berikutnya.

BAB II
KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Perspektif stakeholder telah ada dalam literatur bisnis modern selama sekitar setengah abad (Freeman, 2010). Meskipun telah digunakan untuk memandu kebijakan publik dan keputusan bisnis, tidak ada konsensus tentang penerapan umumnya. Beberapa berpendapat bahwa teori stakeholder telah membahas sebagian besar masalah kritisnya dan dapat digunakan untuk menginformasikan pengambilan keputusan bisnis dan harus digunakan untuk menginformasikan pengambilan keputusan bisnis (Barney & Harrison, 2020).

2.1.2 Teori Agensi

Teori agensi atau teori keagenan merupakan teori yang membahas tentang masalah yang timbul di perusahaan karena pemisahan pemilik dan manajemen serta menekankan pada solusi atas masalah tersebut (Panda & Leepsa, 2017). Teori keagenan didasarkan pada hubungan kontraktual antara satu atau lebih pihak yang disebut dengan prinsipal yang akan menunjuk pihak lain yang disebut agen untuk dapat melaksanakan tugas atau layanan atas nama mereka serta memberikan wewenang untuk pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Masalah dapat timbul jika agen dan prinsipal bertindak berdasarkan kepentingannya sendiri yang dapat menimbulkan konflik kepentingan.

Teori agensi didasarkan pada dua asumsi perilaku yang berbeda, yaitu individu berusaha untuk memaksimalkan kebutuhan dan individu mengambil manfaat dari kontrak yang tidak lengkap antara prinsipal dan agen (Zogning, 2022). Selain itu,

teori agensi menyoroti tiga masalah utama, yaitu asimetri informasi, perbedaan tujuan antara prinsipal dan agen, serta sikap oportunis (Pouryousefi & Frooman, 2019).

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah sebuah kewajiban bagi perusahaan. Untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan maka sebuah perusahaan harus melihat tiga hal utama yang perlu diperhatikan yaitu perusahaan, sosial dan lingkungan yang merupakan pendukung utama (Aryawan et al., 2017).

Konsep CSR pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 yang menyatakan bahwa *"it refers to the obligations of businessman to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society"*. Sederhananya, CSR merupakan suatu konsep dimana sebuah perusahaan diwajibkan untuk dapat memenuhi dan juga memperhatikan kepentingan para stakeholder dalam kegiatan operasinya dalam mencari keuntungan. Stakeholder yang dimaksut yaiu mencakup para karyawan, customer, masyarakat, komunitas lokal, pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat.

2.1.4 Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan sebuah proses dan juga struktur yang digunakan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk dapat meningkatkan akuntabilitas perusahaan agar tetap dapat memperhatikan kepentingan para *stakeholder* lainnya yang sesuai dengan landasan perundangan-undangan (Andrean Agasva & Budiantoro, 2020).

Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) menyatakan ada beberapa prinsip yang berkaitan dengan Good Coroporate Governance (GCG) yang harus diperhatikan yaitu :

1. Transparansi (*Transparency*)

   Transparansi merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan para pengelola perusahaan untuk dapat menjalankan kewajibannya dengan terbuka dalam penyampaian informasi sebagai alat untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

   Akuntabilitas merupakan prinsip dimana para pengelola perusahaan memiliki kewajiban untuk untuk dapat melakukan sistem akuntansi yang efektif agar dapat menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya.

3. Responsibilitas (*Responsibility*)

   Responsibiltas merupakan tanggung jawab para pengelola agar dapat memberikan pertanggung jawaban atas semua tindakan dalam pengelolaan perusahaan kepada para pemangku kepentingan sebagai bentuk kepercayaan yang diberikan kepadanya.

4. Independensi (*Independency*)

   Sebuah perusahaan harus dapat dikelola secara independen dimana hal ini menunjukkan sifat profesional, mandiri, serta bebas dari konflik kepentingan dan juga tekanan dari manapun. Sehingga dalam hal ini tidak akan dapat mempengaruhi masing-masing bagian dari sebuah perusahaan agar tidak terjadi intervensi.

5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

   Dalam menjalankan operasionalnya, sebuah perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan dari para pemegang saham serta para pemangku kepentingan lainnya dengan berdasar pada prinsip kewajaran dan kesetaraan.

2.1.5 Komite Audit

Menurut (Nurdiana, 2021) komite ini berfungsi untuk membantu dewan pengawas dalam memastikan efektivitas pengendalian internal dan fektivtas auditor internal dan auditor eksternal. Komite audit dan ini bersifat independen.

Komite audit memiliki tugas untuk membantu dewan pengawas organisais dalam memastikan efektivitas dalam sistem pengendalian internal dan efektivitas dari auditor internal. Dalam sebuah perusahaan, komite audit memiliki peran yang sangat penting untuk menangani masalah-masalah yang membutuhkan penyelesaian sesegera mungkin. Tujuan dari adanya komite audit oleh dewan komisaris ini untuk memastikan bahwa laporan keuangan perusahaan yang diterbitkan tidak menyesatkan dan isi yang disampaikan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya terjadi, adanya pengendalian internal yang baik, dan melakukan penindaklanjutan terhadap adanya dugaan penyimpangan yang bersifat material di bidang keuangan perusahaan.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Menurut (Nurdiana, 2021) ukuran perusahaan dapat menjadi pertimbangan untuk menentukan nilai perusahaan karena dapat digunakan sebagai gambaran dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan besar cenderung lebih menarik perhatian investor karena mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan mempunyai pengaruh langsung terhadap nilainya. Ukuran perusahaan diyakini dapat mempengaruhi nilai dari sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut berkembang dan tumbuh dengan baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ditunjukkan dengan adanya peningkatan total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang melebihi total utang perusahaan. Semakin besar aktiva suatu perusahaan maka semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan perusahaan, semakin banyak pula uang yang beredar, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka perusahaan tersebut semakin dikenal masyarakat.

2.1.7 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan sebuah ukuran dari keberhasilan dari manajemen suatu perusahaan dalam kegiatan operasionalnya dari masa lalu dan prospek yang akan datang yang bertujuan untuk meyakinkan para pemegang saham.

Menurut (Nurdiana, 2021) nilai perusahaan dapat dijadikan sebuah faktor pertimbangan melakukan investasi bagi para investor, sehingga perusahaan harus selalu dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan peneltian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Indikator Dalam*

Mengukur Nilai Perusahaan yang penelitiannya dilakukan oleh (Hadyarti, 2019) manunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) dan juga Good Corporate Governance (GCG) merupakan sebuah model yang sangat diperlukan untuk menjadi indikator dalam penilaian nilai sebuah perusahaan.

Penelitian terkait yang dilakukan oleh (Ariadi & Gempita, 2022) yang berjudul *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan* bahwa dari uji statistik menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai dari suatu perusahaan. Dari uji statistik tersebut hasil yang didapatkan menyatakan bahwa CSR secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan untuk uji t yang dilakukan oleh peneliti tersebut menunjukkan bahwa GCG memiliki pengaruh negatif.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Saat suatu perusahaan dalam kondisi aktif dalam praktik CSR yang efektif, hal itu dapat menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dalam hal ini dikarenakan investor dapat lebih mempercayainya. Kepercayaan investor inilah yang dapat meningkatkan minat mereka dalam berinvestasi dalam saham perusahaan.

Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan & Ernaya, 2023) menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR secara efektif pasti akan memiliki pengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Jika sebuah perusahaan memiliki pengungkapan CSR yang tinggi maka semakin besar pula

pertumbuhan nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan teori *stakeholder* serta legitimasi yang menytakan bahwa jika sebuah perusahaan memperhatikan para *stakeholders*nya melalui CSR maka akan mendapatkan citra sosial yang baik.

H_1 : CSR Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh Ukuran Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Pada saat ini adanya komite audit menjadi sebuah tata kelola organisasi perusahaan yang baik. Keberadaan komite audit dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk menghindari adanya perbedaan kepentingan di dalam perusahaan.

Menurut (Mirnayanti & Rahmawati, 2022) komite audit menjadi sebuah bagian penting bagi sebuah tata kelola organisasi atau perusahaan yang baik. Komite audit harus memiliki komunikasi yang baik dengan dewan komisaris, manajemen, internal auditor dan juga eksternal auditor. Komite audit ini memiliki pengaruh positif terhadap nilai sebuah perusahaan.

H_2 : Komite Audit berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki nilai perusahaan yang berbeda-beda. Sebuah perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang besar maka akan lebih mudah untuk mendapatkan akses ke pasar modal. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula nilai perusahaannya.

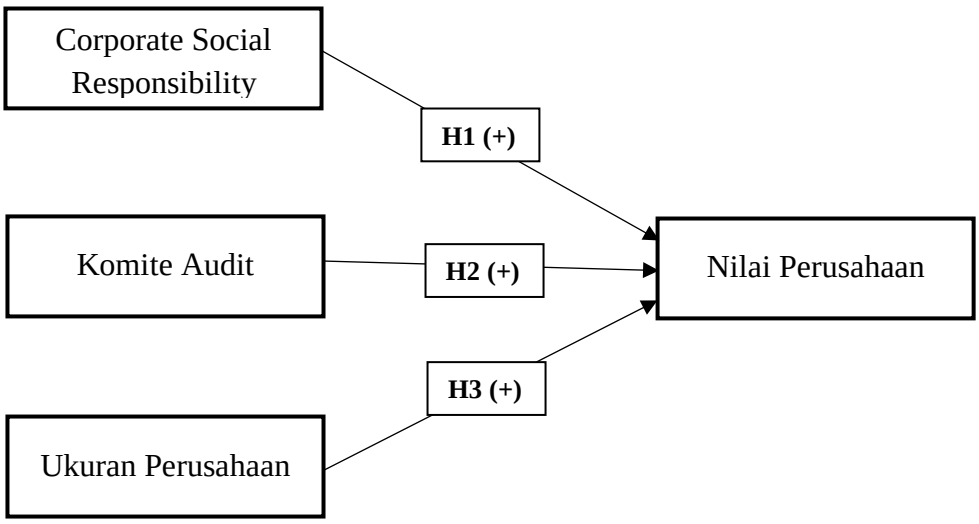
Menurut (Bagaskara et al., 2021) ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Penentuan ukuran perusahaan tersebut berdasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

H_3 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hipotesis diatas, maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai beriku :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang telah listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022.

Sedangkan untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub makanan dan minuman yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, dimana ada syarat-syarat yang ditentukan sebagai kriteria yang harus dipenuhi oleh sampel.

Perusahaan manufaktur yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2022.
2. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan (annual report) selama tahun 2018-2022.
3. Laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah selama periode tahun 2018-2022.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor

makanan dan minuman yang diambil dari Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022.

3.3 Definisi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 macam yaitu variabel terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG).

3.3.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai jual perusahaan yang aktif. Nilai perusahaan yang tinggi dapat menandakan bahwa sebuah perusahaan memiliki kinerja yang baik dan juga memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang (Pambudi dan Ahmad, 2022). Nilai perusahaan dalam penelitian ini akan dihitung menggunakan *Price to Book Value* (PBV) :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

3.3.2 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial dan lingkungan sekitar perusahaan yang diakbatkan oleh adanya kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut. Index CSR

yang digunakan untuk penelitian ini yaitu index GRI (*Global Reporting Index*). Dalam penelitian ini CSR dihitung menggunakan rumus :

$$\mathbf{CSRj = (\sum Xij)/Nj}$$

Keterangan :

CSRj : corporate social responsibility disclosure index perusahaan j

Nj : jumlah item perusahaan

Xij : 1 = jika item diungkapkan

0 = jika item tidak diungkapkan

Maka, $0 < CSRIj < 1$

3.3.3 Good Corporate Governance

Good Corporate Governance merupakan sebuah sistem yang terarah untuk mengendalikan dan mengatur sebuah perusahaan agar setiap elemen di dalamnya dapat berjalan dengan baik untuk mewujudkan tujuan dari perusahaan. Penerapan GCG memiliki fungsi untuk mengatur hubungan antara para pemegang saham, manajer dan pihak-pihak lain yang berkepentingan lainnya untuk mencegah adanya konflik kepentingan. Index yang digunakan dalam penelitian ini adalah index CGPI (*Corporate Governance Perception Index*). Dalam penelitian ini terdapat 2 aspek yang dapat digunakan untuk mencari Good Corporate Governance yaitu :

1. Komite Audit : ∑ Komite Audit
2. Ukuran Perusahaan : Ln Total Aset

3.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa langkah untuk melakukan perhitungan dan pengolahan data. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistics 29.

3.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui mengenai hubungan antar variabel apakah memiliki hubungan positif atau negatif, serta memperkirakan nilai dari masing-masing variabel apakah mengalami kenaikan atau penurunan.

3.4.2 Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan sampel penelitian secara keseluruhan dengan menjabarkan hasil analisis seperti nilai minimum, maksimum dan nilai rata-ratanya.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Hal ini digunakan untuk menentukan apakah model persamaan regresi yang digunakan dapat digunaka sebagai dasar estimasi yang tidak bias. Pengujian yang akan digunakan yaitu uji Normalitas, uji Multikolineritas, uji Heteroskedastisitas dan uji Autokorelasi.

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dan variabel dependen dalam suatu penelitian regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang data-datanya dapat terdistribusi secara normal. Uji ini dilakukan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (alfa) sebesar 5%.

Keputusan dalam uji normalitas ini didasarkan pada nilai probabilitas (asymp.sig) dua sisi (2-tailed), jika nilai tersebut lebih dari 0,05 data dianggap berdistribusi normal, sedangkan jika kurang dari 0,05 data dianggap tidak berdistribusi normal.

3.4.3.2 Uji Multikolineritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel dependen dan variabel independen yang ditemukan melalui model regresi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari masalah multikolinearitas, yang dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Syaratnya adalah nilai tolerance VIF harus < 10, menunjukkan bahwa tidak ada hubungan multikolinearitas yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam model.

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan meregresikan nilai residual absolut terhadap variabel independen. Uji ini berguna untuk dapat mengetahui apakah terdapat variabilitas yang tidak konstan dalam residual model regresi. Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansi terhadap alfa 5%. Jika probabilitas > 0,05 maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas, karena perbedaannya tidak signifikan. Namun, jika probabilitasnya < 0,05 maka model regresi mengandung heteroskedastisitas, menunjukkan variabilitas yang tidak konsisten.

Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah varians residual dari satu contoh sama dengan contoh lainnya. Ada dua jenis residual yaitu homoskedastisitas (varians yang sama) dan heteorskedastisitas (varians yang berbeda). Persamaan regresi yang baik dalam kasus ini adalah heteroskedastisitas.

3.4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan ketika ingin mengetahui apakah ada penyimpangan asumsi klasik yaitu korelasi antar residual. Dengan syarat yang harus terpenuhi adalah tidak ada autokorelasi dengan model regresi.

3.4.4 Uji Hipotesis

3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk dapat menentukan dan juga memprediksi seberapa besar atau seberapa penting pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini nilai koefisien determinasinya berada di antara 0 dan 1. Jika pengaruhnya lebih kecil maka akan mendekati angka 0, namun jika pengeruhnya lebih besar maka akan mendekati angka 1.

3.4.4.2 Uji Statistik t

Pengujian ini dapat berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil hitung statistika. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (alpha = 5%).

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diambil dari Bursa Efek Indonesia. Sampel untuk penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang tercatat dari tahun 2018-2022.

Tabel 4.1 Daftar Nama Perusahaan

No.	Kode	Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International Tbk
2.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3.	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
4.	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
5.	DLTA	Delta Djakarta Tbk
6.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
7.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
8.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
9.	MYOR	Mayora Indah Tbk
10.	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk
11.	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
12.	SKBM	Sekar Bumi Tbk
13.	SKLT	Sekar Laut Tbk
14.	STTP	Siantar Top
15.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Companya
16.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
17.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
18.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu data melalui ukuran-ukuran seperti mean, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Dalam penelitian ini, data statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian akan dianalisis untuk memberikan pemahaman mendasar mengenai karakteristik data tersebut. Berikut ini merupakan hasil statistik deskriptif yang dihitung menggunakan IBM SPSS Statistics versi 29 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komite Audit	90	1.00	4.00	2.8000	.70631
Ukuran Perusahaan	90	27.27	32.83	29.0543	1.56129
CSR	90	.00	.60	.1679	.20620
PBV	90	.59	8.67	3.3951	1.64581
Valid N (listwise)	90				

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

1. Good Corporate Governance yang diukur menggunakan Komite Audit dan Ukuran Perusahaan menunjukkan hasil bahwa Komite Audit memiliki nilai tertinggi sebesar 4,00 dan nilai terendah 1,00 dengan nilai rata-ratanya sebesar 2,8 dan standar deviasinya sebesar 0,70. Sedangkan untuk Ukuran Perusahaan menunjukkan hasil bahwa nilai tertingginya sebesar 32,83 dan

nilai terendahnya 27,27 dengan rata-rata sebesar 29,05 dan standar deviasi sebesar 1,56.

2. Corporate Social Responsibility menunjukkan nilai terendah sebesar 0,00 dan nilai tertinggi sebesar 0,60 dengan nilai rata-rata 0,16 dan standar deviasinya sebesar 0,20.
3. Nilai Perusahaan yang diukur menggunakan PBV menunjukkan hasil nilai terendah sebesar 0,59 dan nilai tertinggi sebesar 8,67 dengan nilai rata-rata sebesar 3,39 dan standar deviasi sebesar 1,64.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Dalam melakukan uji normalitas seperti data dibawah ini digunakan sampel sebanyak 90 data. Sampel tersebut didapatkan dari pengambilan data laporan keuangan selama 5 tahun pada 2018-2022 dari perusahaan manufaktur makanan dan minuman sebanyak 18 perusahaan. Maka dari itu didapatkanlah hasil uji normalitas seperti dibawah ini :

Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31627257
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.073

Test Statistic			.092
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.055
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.056
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.050
		Upper Bound	.062

Dari hasil analisi uji Kolmogrov-Smirnov pada tabel diatas dihasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,055. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual model regresi terdistribusi normal karena memiliki nilai di atas 0,05.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Uji ini menggunakan nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai indikator. Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka model regresi tersebut dianggap bebas dari gejala multikolinearitas. Berikut ini dapat dilihat hasil dari pengujian tersebut yaitu :

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]			
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	Komite Audit	.872	1.147
	Ukuran Perusahaan	.863	1.159
	CSR	.884	1.131

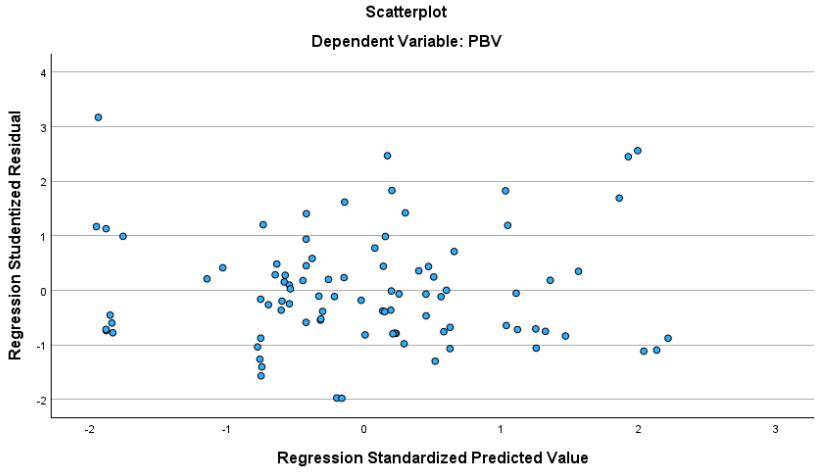
Dari hasil analisis uji multikolinieritas dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Good Corporate Governance yang diukur menggunakan Komite Audit dan Ukuran Perusahaan. Untuk Komite Audit memiliki nilai tolerance sebesar 0,872 dengan VIF sebesar 1,147. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai yang dihasilkan tidak menunjukkan adanya multikolinieritas karena memiliki nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10. Sedangkan untuk Ukuran Perusahaan memiliki nilai toleran sebesar 0,863 dengan VIF sebesar 1,159. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa nilai yang dihasilkan tidak menunjukkan adanya multikolinieritas karena memiliki nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10.
2. Corporate Social Responsibility yang dari tabel diatas menunjukkan hasil dengan nilai tolerance sebesar 0,884 dengan VIF sebesar 1,131. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai yang dihasilkan tidak menunjukkan adanya multikolinieritas karena memiliki nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Pengujian ini sering dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplots. Jika titik-titik pada grafik tersebut tersebar secara acak dan tidak mengikuti pola tertentu di sekitar garis horizontal di atas atau di bawah sumbu Y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Berikut merupakan grafik hasil uji heteroskedastistas :

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil yang terlihat pada gambar grafik diatas maka dapat dilihat bahwa titik-titik tersebut menyebar secara acak dan tersebar di atas maupun dibawah angka 0 sumbu Y. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hesteroskedastistas dalam model regresi tersebut.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bisa diartikan adanya sebuah kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk menemukan adanya sebuah autokorelasi dalam suatu model regresi maka dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai uji *durbin watson*. Nilai model regresi berganda dapat terpenuhi jika nilai du < dihitung < d3-du. Berikut ini merupakan hasil uji autkorelasi yaitu :

Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]				
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.600[a]	.360	.338	1.33903	.900

Dari hasil menurut tabel diatas, maka terdapat nilai dari Durbin Watson sebesar 0,900. Hasil tersebut akan dibandingkan dengan DW tabel dengan jumlah sampel sebanyak 90 sampel, jumlah variable bebas sebanyak 3 dan tingkat kepercayaan 5% didapat dari nilai batas bawah (dl) = 1,5889 dan batas atas (du) = 1,7264. Maka dari itu dapat dilihat bahwa data tersebut menunjukkan nilai diatas nilai Durbin Watson sebesar 0,900 berada di antara batas atas (du) = 1,7264 dan (3-du) = 1,2736 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Uji Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh variable independent terhadap perubahan variable dependen. Hasil uji tersebut sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.600[a]	.360	.338	1.33903	.900

Dari hasil data diatas didapatkan hasil nilai koefisien determinasi sebesar 0,338. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besar dari variasi variabel independen dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 33,8% dan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

4.4.2 Uji Statistik t

Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik t

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.893	2.730		-2.159	.034
Komite_Audit	.602	.215	.258	2.798	.006
Ukuran_Perusahaan	.246	.098	.234	2.515	.014
CSR	2.670	.732	.335	3.647	<,001

Dari data diatas dapat dilihat bahwa hasil dari uji t tersebut pada bagian komite audit menunjukkan hasil 0,006 < 0,05; maka dari itu didapatkan hasil bahwa komite audit memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dalam tabel diatas dihitung menggunakan PBV. Sedangkan pada bagian hasil uji ukuran perusahaan menunjukkan hasil 0,014 < 0,05; maka dari itu didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Untuk bagian CSR menunjukkan hasil 0,001 < 0,05; maka dari itu didapatkan hasil bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H1 : CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Besar hasil data koefisiensi regresi CSR yaitu 2,670 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, maka koefisiensi regresi tersebut signifikan karena 0,001 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan sehingga hipotesis pertama diterima.

H2 : Komite Audit berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa nilai koefisiensi regresi dari Komite Audit sebesar 0,602 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006 < 0,05. Maka hasil itu berarti Komite Audit memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sehinggan hipotesis ketigas diterima.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sigifikansi dari Ukuran Perusahaan sebesar 0,246 dan memiliki nilai signifikansi 0,014 < 0,05. Maka dari hasil tersebut berarti Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai perusahaan. Sehingga hipotesis keempat diterima.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil hipotesis pertama dilakukan pengujian terhadap CSR yang mendapatkan hasil uji t sebesar 0,001 < 0,05 yang menunjukkan bahwa H1

diterima. Hal ini berarti jika suatu perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dengan efektif maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan & Ernaya, 2023) yang memberikan hasil bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhlis & Gultom, 2021), (Puspitasari & Ermayanti, 2019) dan (Kristanti, 2022) memiliki hasil penelitian bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut mengatakan jika sebuah perusahaan melakukan banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula citra atau nilai perusahaan tersebut. Dengan adanya pengungkapan CSR maka para *stakeholder* akan memberikan penilaian yang positif terhadap perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan harga saham perusahaan.

4.5.2 Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil hipotesis ketiga terdapat hasil uji t yang dilakukan dan memiliki hasil sebesar 0,006 < 0,05 yang menunjukkan bahwa H2 diterima. Maka dari itu berarti Komite Audit memili pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mirnayanti & Rahmawati, 2022) dan (Susilowati et al., 2021) yang menyatakan bahwa Komite Audit memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Adapun penelitian lain yang memiliki hasil selaras yaitu (Firdarini, 2023), (Faradilla Purwaningrum & Haryati, 2022) dan (Susilowati et al., 2021) yang mengatakan bahwa komite audit berpengaruh

signifikan terhadap nilai sebuah perusahaan. Hal ini karena jika komite audit sebuah perusahaan dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan maksimal, maka komite audit akan mampu meningkatkan kepercayaan dari para investor agar dapat menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut. Dalam hal ini juga dapat dilihat dari banyaknya komite audit dalam sebuah perusahaan, jika makin banyak komite auditnya maka akan makin baik juga nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan makin banyak komite auditnya maka pengawasan terhadap laporan keuangan akan makin baik.

4.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil hipotesis keempat diatas terdapat hasil uji t yang memiliki hasil sebesar 0,014 < 0,05yang menunjukkan bahwa H3 diterima. Maka dari itu berarti hasilnya menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bagaskara et al., 2021) dan (Harapahap, 2022) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berngaruh terhadap Nilai Perusahaan. Selain penelitian tersebut, penelitian lain yang sejalan yaitu (Dewantari et al., 2020), (Hidayat & Tasliyah, 2022) dan (Novari & Lestari, 2016) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut karena ukuran sebuah perusahaan dapat terlihat dari pengelolaan aset perusahaan yang baik dimana hal itu dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2022. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan semakin baik pula nilai sebuah perusahaan. Hal ini karena para *stakeholder* akan memperoleh informasi yang cukup untuk mengetahui bagaimana kondisi sebuah perusahaan. Selain itu dengan adanya CSR ini perusahaan akan mendapatkan citra yang baik dan juga respon yang baik dari para *stakeholders*.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Good Corporate Governance (GCG) yang diukur menggunakan Komite Audit dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena pengimplementasian GCG pada perusahaan sudah baik dan juga sesuai dengan prinsip-prinsip GCG.

5.2. Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperluas sampel yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan variabel-variabel independen lainnya seperti kepemilikan asing, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan manajerial. Hal ini karena ketiga variabel tersebut merupakan unsur-unsur dalam penentuan atau pengukuran *corporate governance*.

DAFTAR PUSTAKA

Andrean Agasva, B., & Budiantoro, H. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2017). *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, *5*(1). https://doi.org/10.33476/j.e.b.a.v5i1.1403

Ardesta, D., & Andayani, W. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *2*, 1–16. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6710

Ariadi, Gempita, S. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *MDP Student Conference*, *2*(2), 100–107. https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.3958

Aryawan, M., Rahyuda, I. K., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh Faktor Csr (Aspek Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *Vo. 6*(2), 604–633.

Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan The effect of profitability , leverage , firm size and managerial ownership on firm value. *Forum Ekonomi*, *23*(1), 29–38.

Barney, J. B., & Harrison, J. S. (2020). Stakeholder Theory at the Crossroads. *Business and Society*, *59*(2), 203–212. https://doi.org/10.1177/0007650318796792

Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *1*(2), 74. https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157

Faradilla Purwaningrum, I., & Haryati, T. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(6), 1914–1925. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1451

Firdarini, K. C. (2023). Pengaruh Komite Audit Dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha2*, *3*(3), 879897.

Hadyarti, V. dan M. (2019). *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Indikator Dalam Menilai Nilai Perusahaan*. *4*(1), 1–23.

Harapahap, R. M. (2022). Analisis Pengaruh Laverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, *5*(1). https://doi.org/10.7454/jabt.v5i1.1040

Hermawan, S., & Maf'ulah, A. N. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, *6*(2), 103–118.

Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, *5*(1), 94. https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v5i1.3618

Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *10*(3), 551–558. https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484

Kristiyanti, M. (2012). Peran Indikator Kinerja Dalam Mengukur Kinerja Manajemen. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, *3*(3), 103–123. http://www.unaki.ac.id/ejournal/index.php/majalah-ilmiah-informatika/article/view/79

Mirnayanti, M., & Rahmawati, I. (2022). Pengaruh Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, *15*(1), 20–28. https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.100

Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *9*(1), 191–198. https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559

Novari, P. M., & Lestari, dan P. V. (2016). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *5*(9), 5671–5694.

Nurdiana, D. (2021). Pengaruh Komite Audit dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Rekaman*, *5*(3), 319–330.

Pambudi dan Ahmad, 2022. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *3*, *ארץ*(8.5.2017), 2005–2003. www.aging-us.com

Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of theory and evidence on problems and perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, *10*(1), 74–95. https://doi.org/10.1177/0974686217701467

Permatasari, K. I., & Musmini, L. S. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, *13*(3), 407–417.https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.64351

Pouryousefi, S., & Frooman, J. (2019). The Consumer Scam: An Agency-Theoretic Approach. *Journal of Business Ethics*, *154*(1), 1–12. https://doi.org/10.1007/s10551-017-3466-x

Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, *1*(1), 29–40. https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.409

Ramadhan, G. H., & Ernaya, H. N. L. (2023). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Accounting Student Research Journal*, *2*(2), 123–142.

Ridhotullah, A. M. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Bank Milik Pemerintah (Persero) di Indonesia 2005-2014. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1–19.

Susilowati, Pengwi, Pajaria, Y., Triwibowo, E., & Sipanghona, V. L. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan pada Perbankan. *Jurnal EKSISHUM*, *xx*.

Tarmadi Putri, K. A., & 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

Zogning, F. (2022). Agency Theory : A Critical Review Agency Theory : A Critical Review. *Management Journal*, *9*(October), 1–8.

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Nilai Pengukuran Komite Audit, Ukuran Perusahaan, CSR dan PBV

No	Kode	Tahun	Komite Audit	Ukuran Perusahaan	CSR	PBV
1	ADES	2018	1	27,50	0,00	5,54
		2019	3	27,44	0,00	4,25
		2020	3	27,59	0,20	2,36
		2021	3	27,90	0,32	2,58
		2022	3	28,13	0,32	2,39
2	AISA	2018	1	28,23	0,00	2,93
		2019	1	28,26	0,00	2,96
		2020	3	28,33	0,22	0,98
		2021	3	28,20	0,54	0,81
		2022	3	28,23	0,51	0,59
3	ALTO	2018	1	27,74	0,00	0,59
		2019	1	27,73	0,00	0,62
		2020	1	27,73	0,20	2,98
		2021	1	27,72	0,32	2,90
		2022	1	27,65	0,28	2,53
4	CEKA	2018	3	27,79	0,00	3,13
		2019	3	27,96	0,00	2,32
		2020	3	28,08	0,30	3,19
		2021	3	28,16	0,40	2,20
		2022	3	28,17	0,41	3,79
5	DLTA	2018	3	28,05	0,00	3,02
		2019	3	27,99	0,00	2,54
		2020	3	27,83	0,24	3,40
		2021	3	27,90	0,28	3,03

		2022	3	27,90	0,32	3,56
6	ICBP	2018	3	31,17	0,00	3,11
		2019	3	31,29	0,00	2,59
		2020	3	32,27	0,35	4,42
		2021	3	32,40	0,57	3,57
		2022	3	32,38	0,54	3,71
7	INDF	2018	3	32,20	0,00	3,24
		2019	3	32,20	0,00	3,75
		2020	3	32,73	0,57	4,11
		2021	3	32,82	0,60	4,47
		2022	3	32,83	0,53	3,99
8	MLBI	2018	3	28,69	0,00	4,22
		2019	3	28,69	0,00	3,57
		2020	3	28,70	0,32	4,84
		2021	3	28,70	0,54	6,79
		2022	3	28,85	0,53	5,98
9	MYOR	2018	3	29,82	0,00	5,39
		2019	3	29,93	0,00	4,97
		2020	3	29,90	0,20	7,43
		2021	3	29,80	0,23	8,67
		2022	3	29,85	0,28	8,47
10	PSDN	2018	3	27,27	0,00	1,26
		2019	3	27,36	0,00	2,43
		2020	3	27,36	0,29	1,50
		2021	3	27,29	0,40	5,54
		2022	3	27,28	0,43	4,25
11	ROTI	2018	3	29,11	0,00	2,36
		2019	3	29,17	0,00	2,58
		2020	3	29,12	0,24	2,39
		2021	3	29,06	0,24	2,93

		2022	3	29,05	0,34	2,96
12	SKBM	2018	3	28,20	0,00	0,98
		2019	3	28,23	0,00	0,81
		2020	3	28,20	0,16	0,59
		2021	3	28,31	0,19	0,59
		2022	3	28,35	0,19	0,62
13	SKLT	2018	3	27,34	0,00	2,98
		2019	3	27,40	0,00	2,90
		2020	3	27,37	0,15	2,53
		2021	3	27,51	0,18	3,13
		2022	3	27,66	0,19	2,32
14	STTP	2018	3	28,60	0,00	3,19
		2019	3	28,69	0,00	2,20
		2020	3	28,87	0,16	3,79
		2021	3	29,00	0,18	3,02
		2022	3	29,16	0,19	2,54
15	ULTJ	2018	3	29,35	0,00	3,40
		2019	3	29,52	0,00	3,03
		2020	3	29,80	0,25	3,56
		2021	3	29,63	0,30	3,11
		2022	3	29,63	0,30	2,59
16	KLBF	2018	3	30,53	0,00	4,42
		2019	3	30,64	0,00	3,57
		2020	3	30,75	0,46	3,71
		2021	3	30,88	0,42	3,24
		2022	3	30,94	0,49	3,75
17	CPIN	2018	3	30,95	0,00	4,11
		2019	4	31,01	0,00	4,47
		2020	3	31,07	0,41	3,99
		2021	3	31,20	0,39	4,22

		2022	3	31,32	0,27	3,57
18	CLEO	2018	2	27,45	0,00	4,84
		2019	3	27,85	0,00	6,79
		2020	3	27,90	0,33	5,98
		2021	3	27,93	0,49	5,39
		2022	3	28,16	0,45	4,97

Lampiran 1.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komite_Audit	90	1.00	4.00	2.8000	.70631
Ukuran_Perusahaan	90	27.27	32.83	29.0543	1.56129
CSR	90	.00	.60	.1679	.20620
PBV	90	.59	8.67	3.3951	1.64581
Valid N (listwise)	90				

Lampiran 1.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			90
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.31627257
Most Extreme Differences	Absolute		.092
	Positive		.092
	Negative		-.073
Test Statistic			.092
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.055
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.056
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.050
		Upper Bound	.062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

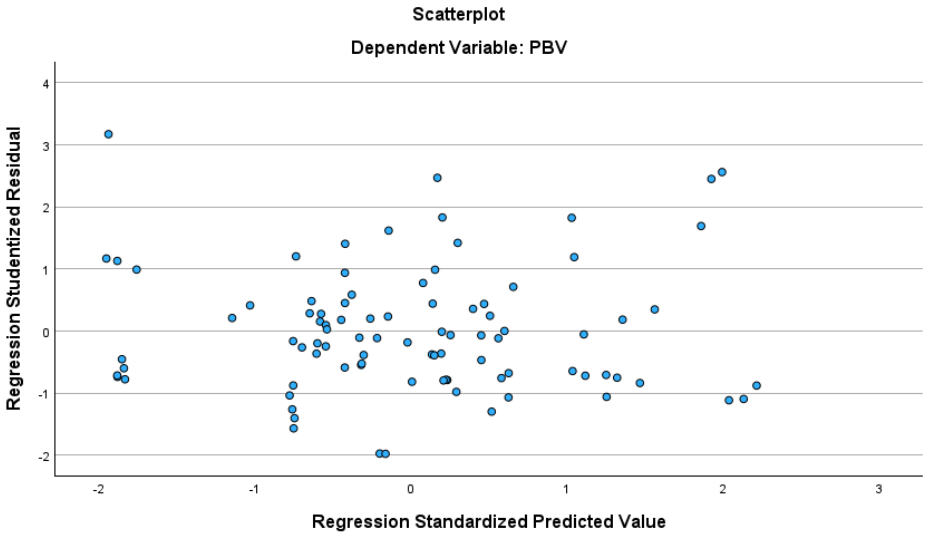
Lampiran 1.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Komite_Audit	.872	1.147
	Ukuran_Perusahaan	.863	1.159
	CSR	.884	1.131

a. Dependent Variable: PBV

Lampiran 1.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 1.6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.600[a]	.360	.338	1.33903	.900

a. Predictors: (Constant), CSR, Komite_Audit, Ukuran_Perusahaan

b. Dependent Variable: PBV

Lampiran 1.7 Hasil Uji Hipotesis

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.600[a]	.360	.338	1.33903	.900

a. Predictors: (Constant), CSR, Komite_Audit, Ukuran_Perusahaan

b. Dependent Variable: PBV

Lampiran 1.8 Hasil Uji Statistik t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.893	2.730		-2.159	.034
	Komite_Audit	.602	.215	.258	2.798	.006
	Ukuran_Perusahaan	.246	.098	.234	2.515	.014
	CSR	2.670	.732	.335	3.647	<,001

a. Dependent Variable: PBV