JURNAL EKONOMI BISNIS DAN AKUNTANSI
Halaman Jurnal: https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/JEBAKU
Halaman UTAMA: https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php

PERAN TATA KELOLA DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI MEDIASI

Rahelita Suganda[1], **Ickhsanto wahyudi**[2]
Universitas Esa Unggul
email: srahelita@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the determinants of corporate value such as corporate governance and social responsibility mediated by company size. This study utilizes information taken from the financial reports of the coal subsector listed on the IDX using a purposive sampling test method that meets the exploration steps. The research period was taken for 3 years with the amount of information used, namely 57 data from 21 entities in the coal subsector. The research method uses Partial Least Square (PLS) with secondary data types. The results of the study show that corporate governance is able to positively influence firm value. But the existence of company size can't mediate the correlation between firm value and corporate governance. Whereas, corporate social responsibility is not able to influence company value but the existence of company size as a mediation is able to positively influence the correlation between corporate social responsibility and company value.

Keywords: Corporate Governance, Firm Size, Firm Value, and Social Responsibility.

Abstrak

Tujuan dari studi ini untuk mengetahui determinan nilai perusahaan seperti governance dan tanggung jawab sosial yang ditengahi oleh ukuran perusahaan. Studi ini memanfaatkan data laporan keuangan subsektor batu bara yang berada di BEI dengan menggunakan metodologi purposive sampling yang memenuhi tahapan kajian. Periode penelitian berlangsung selama 3 tahun dengan jumlah data yang digunakan yaitu 57 bahan informasi dari 21 perusahaan dalam subsektor batu bara. Metode studi ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan jenis data sekunder. Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun tata kelola dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif, keberadaan ukuran perusahaan tidak dapat menyampaikan hubungan antara tata kelola dan nilai perusahaan. Di sisi lain, tanggung jawab sosial perusahaan tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan, namun keberadaan ukuran perusahaan sebagai mediator mampu mempengaruhi hubungan antara tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan secara positif.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial, Tata Kelola Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan mempunyai berbagai tujuan, salah satunya ialah meningkatkan nilai perusahaan (Diantimala *et al*., 2021). Nilai perusahaan mempunyai pengaruh dalam menentukan keputusan investasi bagi para investor (Atrianingsih & Nyale, 2022). Karena tingginya nilai perusahaan akan membuat investor yakin akan prospek dan kinerja perusahaan kedepannya (Gantino & Alam, 2020). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti tata kelola dan tanggung jawab sosial (Titisari *et al*, 2019), dan ukuran perusahaan (Diantimala *et al*., 2021).

Memaksimalkan nilai perusahaan dapat dicapai jika ada keselarasan antara tata kelola perusahaan dengan investor. Maka dari itu, diperlukannya tata kelola perusahaan sebagai alat penghubung para pemegang saham dengan manajemen (Kong *et al*, 2020). Tata kelola dimaksudkan agar manajemen tidak melenceng dari tujuan perusahaan untuk memakmurkan para pemegang saham (Arniati *et al*, 2019). Tata kelola berfungsi mengawasi dan mengarahkan perusahaan dalam mencapai tujuannya (Putri & Prasetyo, 2020). Penerapan tata kelola di perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Ibrahimov & Omarova, 2020).

Received Maret 10, 2023; Revised Maret 20, 2023; Accepted Maret 21, 2023

Selain harus bertanggung jawab pada investor, perusahaan juga harus bertanggung jawab pada pemerintah, masyarakat, dan lingkungan (Fitri & Munandar, 2018). Tanggung jawab ini meliputi upaya perusahaan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat, perlindungan konsumen dan kelestarian lingkungan yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Gantino & Alam (2020) penyelenggaraan tanggung jawab sosial di Indonesia bersifat wajib dan didukung oleh UU RI No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Adanya program tanggung jawab sosial sangat diperlukan bagi perusahaan untuk menjaga lingkungan dan stabilitas di sekitar perusahaan.

Namun tidak semua perusahaan memiliki rasa tanggung jawab sosial. Karena masih banyak perusahaan yang memandang CSR sebagai perusahaan yang boros. Jika dilaksanakan, tanggung jawab sosial perusahaan akan sangat bermanfaat bagi perusahaan di masa depan dalam hal kelangsungan hidup perusahaan (Ogachi & Zoltan, 2020). Adanya tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial dipandang positif oleh investor (Bardos *et al*, 2020). Konsumen juga lebih puas dengan perusahaan memiliki rasa tanggung jawab secara sosial dibandingkan dengan entitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial (Gantino *et al*, 2020). Perusahaan dengan tanggung jawab sosial yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fuadah & Kalsum, 2021).

Besar kecilnya perusahaan tercermin dari besarnya neraca dan laba perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkembang (Hirdinis, 2019). Semakin besar perusahaan, semakin mudah perusahaan menciptakan kesan positif di kalangan investor bahwa manajemen perusahaan mampu mengoptimalkan bisnisnya dengan cara yang mempengaruhi pertumbuhan permintaan saham perusahaan (Nguyen *et al*, 2021). Meningkatnya permintaan saham dapat memicu naiknya harga saham di pasar modal yang segera meningkatkan nilai perusahaan.

Beberapa studi sebelumnya memberikan bukti empiris bahwa tata kelola perusahaan meningkatkan nilai perusahaan (Ararat *et al*, 2017; Khanaghah *et al*, 2019; Le & Nguyen, 2022; Lozano *et al*, 2016; Singh *et al*, 2017; Titisari *et al*, 2019), tanggung jawab sosial perusahaan meningkatkan nilai perusahaan (Butt *et al*, 2020; Fuadah & Kalsum, 2021; Khanaghah *et al*, 2019; Titisari *et a*l, 2019), Ukuran perusahaan meningkatkan nilai perusahaan (Diantimala *et al*, 2021; Hirdinis, 2019; Nguyen *et al*, 2021). Namun demikian, ukuran perusahaan pada penelitian ini digunakan sebagai variabel mediasi. Kajian ini dilakukan pada entitas subsektor batu bara yang berada di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

Studi ini bertujuan untuk mengetahui peran tata kelola, tanggung jawab sosial dan ukuran perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan batu bara di daftar BEI 2018-2020.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan menjadi teori yang memaparkan hubungan antara pemilik (prinsipal) dan manajer perusahaan (agen). Dengan adanya pemisahan tugas menyebabkan konflik antar kedua belah pihak (Jensen & Meckling, 1976). Messier et al. (2006) mengutarakan konflik keagenan memicu dua persoalan, yaitu asimetri informasi dan konflik kepentingan. Dikala manajemen lebih banyak tahu akan informasi perusahaan dibandingkan dengan pemegang saham menyebabkan adanya asimetri informasi. Sedangkan konflik kepentingan timbul dikarenakan manajer sebagai agen melakukan hal-hal yang bertentangan dengan kepentingan pemegang saham.

Teori Institusional (Institutional Theory)

Teori institusional adalah teori yang memaparkan bahwa untuk keberlangsungannya, organisasi harus membuktikan bahwa organisasi adalah entitas yang legal dan layak untuk didukung kepada public (Meyer & Rowan, 1977). Teori institusional berpandangan mengenai entitas yang mengutamakan legitimasi, juga akan muncul keinginan untuk berusaha menyesuaikan diri akan harapan eksternal atau harapan sosial (DiMaggio & Powell, 2000). Menurut teori ini, lingkungan dapat menekan organisasi dengan tiga faktor yaitu yang pertama tekanan koersif dimana adanya tekanan dari negara, organisasi lain, dan masyarakat. Yang kedua, tekanan normatif yaitu tuntutan profesionalisasi. Dan ketiga, tekanan mimetik yang terjadi karena adanya peniruan.

Tata Kelola Perusahaan

Tata kelola perusahaan menjadi mekanisme untuk meminimalkan efisiensi pengelolaan agar efektif dan dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan (Indrati *et al*, 2021). Tata kelola menjadi jembatan antar pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan (Putra, 2014). Sehingga dapat dikatakan bahwa tata kelola menciptakan hubungan

yang baik antara bisnis dan pemangku kepentingan perusahaan. Tata kelola juga dibuat untuk meyakinkan investor bahwa investor akan memperoleh pengembalian atas investasi yang sudah dilakukan (Arrozi, 2016). Tata kelola perusahaan menjadi salah satu tonggak kepercayaan pemangku kepentingan pada perusahaan. Sistem tata kelola perusahaan mempunyai lima prinsip yang harus diterapkan yaitu transparansi, independensi ,tanggung jawab, akuntabilitas serta kesetaraan (Putra & Simanungkalit, 2014). Pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik terus mendukung usaha perusahaan untuk menciptakan nilai yang tinggi.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial menjadi bukti perusahaan kepada masyarakat atas dampak dari suatu keputusan dan kegiatannya (Gantino, 2016). Elistia (2016) menjelaskan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi terlihat ketika sebuah perusahaan berhasil menghasilkan laba dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai, etika, kemanusiaan dan tanggung jawab lingkungan. Menurut Gantino *et al*. (2020) Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan, karena konsumen lebih loyal ketika perusahaan tidak hanya memperhatikan kualitas produk, tetapi juga memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial juga menguntungkan semua orang yang terlibat (Aryati & Purwaningsih, 2018). Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilaksanakan melalui perilaku transparan dan beretika yang mengutamakan keberlanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat serta pemangku kepentingan, sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tanggung jawab sosial dapat dilacak dalam laporan tahunan dengan bantuan indeks aktivitas informasi sosial.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggunakan nilai aset perusahaan untuk mengukur ukurannya (Nurdiniah & Munandar, 2020). Perusahaan dengan total aset besar dikatakan memiliki prospek masa depan yang baik dan dapat menghasilkan keuntungan dibanding dengan perusahaan dengan total aset kecil (Wahyudi & Fitriah, 2021). Karena perusahaan dengan kekayaan yang banyak dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan dan asetnya (Hermanto, 2018).

Nilai Perusahaan

Untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang, perusahaan harus memaksimalkan nilai perusahaan (Ramadhan & Putri, 2020). Nilai tetap merupakan penilaian investor terhadap perusahaan berdasarkan harga saham dan profitabilitas (Aripin & Handayani, 2020). Nilai perusahaan yang tinggi bisa terjadi karena kenaikan harga saham (Fama, 1978). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kekayaan investor. Tingginya nilai perusahaan memikat investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut (Bertuah, 2015).

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

Hubungan Tata Kelola Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Menurut Worokinasih & Zaini (2020), jika suatu perusahaan mampu menjalankan fungsi pengawasannya secara maksimal melalui mekanisme tata kelola perusahaan, maka nilai suatu perusahaan dapat meningkat. Khanaghah *et al*, (2019) memberikan bukti empiris bahwa nilai perusahaan akan meningkat apabila mempunyai tata kelola perusahaan yang baik. Hasil yang sama ditunjukkan oleh Lozano *et al*, (2016), Ararat *et al*. (2017), Singh *et al*, (2017), dan Le & Nguyen (2022). Sehingga dapat diasumsikan hipotesisnya sebagai berikut:

H_1: Tata kelola perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif.

Hubungan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Menurut Khanaghah *et al*, (2019) tanggung jawab sosial perusahaan menciptakan hubungan sosial dengan berbagai pihak yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Titisari *et al*, (2019) memberikan bukti empiris bahwa ada pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dalam peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut serupa dengan apa yang ditemukan oleh Li *et al*, (2016), Singh *et al*, (2017), dan Butt *et al*, (2020). Sehingga dapat diasumsikan hipotesisnya sebagai berikut:

H_2: Tanggung jawab sosial perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif.

Hubungan Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Menurut Wahyudi & Fitriah (2021) Besarnya ukuran perusahaan menarik perhatian investor untuk menanamkan saham. Artinya ketika suatu perusahaan meningkatkan ukuran perusahaan, maka harga saham perusahaan tersebut juga meningkat sehingga membuat nilai perusahaan menjadi tinggi. Nguyen *et al*, (2021) memberikan bukti empiris bahwa ada pengaruh ukuran perusahaan dalam

peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut serupa dengan apa yang ditemukan oleh Diantimala *et al*, (2021) dan (Hirdinis, 2019). Perusahaan besar cenderung lebih banyak mendapatkan publisitas daripada perusahaan kecil dan nilai perusahaan akan tinggi. Oleh karena itu, diperlukan tata kelola perusahaan yang baik dan mengadopsi tanggung jawab sosial perusahaan untuk menarik perhatian publik. Hal ini mengarahkan peneliti untuk berhipotesis bahwa ukuran perusahaan dapat memediasi hubungan antara corporate governance dengan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan. Maka dari itu peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Tata kelola perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dengan dimediasi oleh ukuran perusahaan.

H4: Tanggung jawab sosial mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dengan dimediasi oleh ukuran perusahaan.

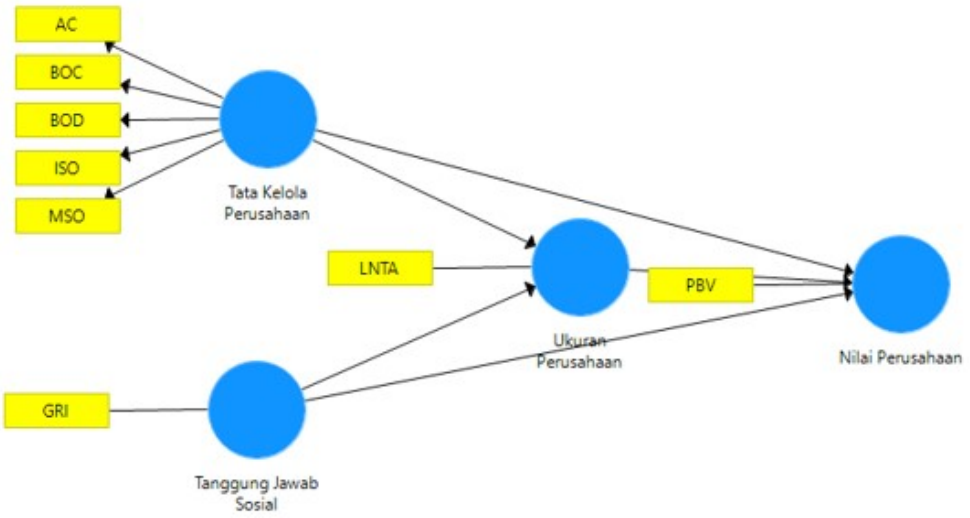
3. METODOLOGI PENELITIAN

Nilai perusahaan sebagai variabel utama diukur dengan rumus PBV yang membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku saham (Mardhiana, 2020). Tata kelola perusahaan diukur dengan 5 indikator seperti kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham manajerial, dewan komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit (Ichsani *et al*, 2021). Tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan diproksikan dengan CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*) yang dikemukakan GRI Standar 2016. Ukuran perusahaan diukur melalui logaritma dari total aset (Diantimala *et al*, 2021).

Tujuan dari studi ini adalah entitas subsektor batu bara yang berada di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020, karena kegiatan operasionalnya berpengaruh terhadap lingkungan dan nilai perusahaan cenderung menurun ketika tata kelola dan tanggung jawab sosial tidak dirawat dengan baik. Periode studi 2018-2020 dipilih karena merupakan tahun penerapan GRI Standar 2016.

Metode studi ini menggunakan metode statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Studi ini menggunakan variabel mediasi menurut teori Baron & Kenny (1986) yang menjelaskan variabel mediasi sebagai variabel tidak langsung. Analisis PLS-SEM digunakan untuk menguji data dalam studi ini yang terdiri dari dua kategori yaitu *outer model* dan *inner model* (Ghozali, 2015). Dalam studi ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Kualifikasi yang diaplikasikan dalam sampel studi ini mengacu pada entitas subsektor batu bara yang berada di BEI tahun 2018-2020 yang telah menerbitkan laporan keberlanjutan dan tidak mengalami delisting.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Uji Deskriptif

	Indikator	N	*Mean*	*Min*	*Max*	*Standard Deviation*
Tata Kelola Perusahaan	ISO	57	0.64	0.16	0.97	0.237
	MSO	57	0.067	0	0.66	0.159
	BOD	57	1.551	1.1	2.2	0.337
	BOC	57	0.404	0.25	0.67	0.079
	AC	57	1.154	1.1	1.61	0.129
Tanggung Jawab Sosial	GRI	57	0.597	0.4	0.79	0.09
Ukuran Perusahaan	LNTA	57	29.661	26.95	32.26	1.382
Nilai Perusahaan	PBV	57	1.624	0.29	6.75	1.392

Uji Statistik Deskriptif, Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa variabel tata kelola diukur dengan menggunakan 5 indikator yaitu ISO, MSO, BOD, BOC, dan AC. Dimana pada ISO memperlihatkan nilai rata-rata 64% yang menunjukkan lebih dari setengah kepemilikan sahamnya adalah milik institusional. MSO memperlihatkan nilai rata-rata 6,7% yang menunjukkan bahwa mayoritas kepemilikan saham bukan dari pihak manajerial karena banyaknya perusahaan yang tidak ada kepemilikan saham manajerial. BOD memperlihatkan nilai rata-rata 1.551 atau nilai aslinya 5 yang artinya memenuhi syarat karna minimal dewan direksi berjumlah 2 orang, dan banyak sedikitnya dewan direksi berdampak dalam mengontrol dan memonitor perusahaan dalam mengurangi terjadinya masalah keagenan. BOC memperlihatkan nilai rata-rata 40% yang artinya memenuhi syarat yaitu minimal 3 orang komisaris atau 30% dari total komisaris. AC memperlihatkan nilai rata-rata 1.154 atau nilai aslinya 3 yang berarti memenuhi syarat minimal 3 orang. Variabel tanggung jawab sosial memperlihatkan nilai rata-rata pengungkapannya hanya 59,7% dari 95 instrumen GRI. Variabel ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset memperlihatkan nilai rata-rata 29.661 menunjukkan bahwa perusahaan yang berskala lebih besar akan memiliki kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba. Variabel Nilai perusahaan memperlihatkan rata-rata 1.624 yang berarti overvalue yang disebabkan harga saham lebih besar dari nilai buku.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Convergent Validity

Analisis ini untuk menentukan apakah data sampel reliabel atau tidak, dengan nilai korelasi >0,70 (Ghozali, 2015).

Tabel 4.2
Uji Validitas dan Reliabilitas
Convergent Validity

	Nilai Perusahaan	Tanggung Jawab Sosial	Tata Kelola Perusahaan	Ukuran Perusahaan
Nilai Perusahaan	1.000			
Tanggung Jawab Sosial	-0.007	1.000		
Tata Kelola Perusahaan	0.681	0.305	1.000	
Ukuran Perusahaan	-0.104	0.434	0.316	1.000

Tabel di atas terlihat koefisien loading semua variabel > 0,70 yang berarti semua indikator valid untuk mengukur konstruknya.

Discriminant Validity

Langkah pengukuran validitas diskriminan menggunakan nilai AVE *(Average Variance Extracted*). Nilai yang disarankan > 0,50. Selain uji validitas dilakukan juga uji reliabilitas dengan mengukur dua kriteria, reliabilitas komposit dan Cronbach's alpha. Struktur dinyatakan reliabel jika nilainya > 0,70 (Ghozali, 2015).

Tabel 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas
***Cronbach's Alpha, Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted* (AVE)**

	Cronbach's Alpha	*rho_A*	*Composite Reliability*	*Average Variance Extracted (AVE)*	Keterangan
Nilai Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000	*Reliable*
Tanggung Jawab Sosial	1.000	1.000	1.000	1.000	*Reliable*
Tata Kelola Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000	*Reliable*
Ukuran Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000	*Reliable*

Tabel di atas menjelaskan nilai AVE adalah > 0,50 yang berarti semua konstruk dapat diandalkan. Reliabilitas komposit dan nilai *Cronbach's alpha* untuk setiap variabel memperlihatkan nilai > 0,70, menunjukkan reliabilitas yang tinggi untuk semua variabel. Maka dari itu, dapat dilihat bahwa penelitian ini mempunyai validitas diskriminan yang tinggi dalam pengolahan setiap variabelnya.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)
Koefisien Determinasi (*Adjusted* $R^{2)}$

Pengujian ini menggunakan *Adjusted R-squared* yang didapat dari pengolahan data dengan PLS. Berikut adalah hasil dari data koefisien determinasi:

Tabel 4.4
Uji *Adjusted R Square*

	R Square	*R Square Adjusted*
Nilai Perusahaan	0.589	0.566
Ukuran Perusahaan	0.226	0.197

Uji *Adjusted* R^2 Ketika nilainya mendekati 1, variabel bebas memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan variabel terikat. Namun ketika mendekati nol, variabel bebas memiliki pengaruh yang lemah dalam menjelaskan variabel terikat (Ghozali, 2016). Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai adjusted R2 variabel ukuran perusahaan 0,197 yang berarti persentase ukuran perusahaan 19,7%. Artinya tata kelola dan tanggung jawab sosial mempengaruhi ukuran perusahaan 19,7%. Sedangkan nilai *adjusted* R2 variabel Nilai Perusahaan 0,566 yang berarti persentase nilai perusahaan sebesar 56,6%. Artinya variabel tata kelola, tanggung jawab sosial dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 56,6%.

Uji *Goodness of Fit*

Nilai NFI model dapat digunakan untuk menilai kecocokan antar variabel (Ghozali, 2014).

Tabel 4.5 Uji *Goodness of Fit*
Model Struktural (*Inner Model*)

	Saturated Model	*Estimated Model*	Model
NFI	0.435	0.435	Fit

Suatu model dianggap memadai jika nilainya mendekati satu (Ghozali, 2014). Hasil uji kecocokan model PLS pada tabel ini menunjukkan bahwa NFI < 1 yang berarti model studi ini dapat digunakan untuk menguji hipotesis peneliti.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Sebuah variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat jika nilai signifikansinya < 0,050 (Ghozali, 2015).

Tabel 4.6 Uji Parsial

(*Direct Effects*)

Direct Effect	*Original Sample (O)*	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T Statistics (|O/STDEV|)*	*P Values*	Hasil
Tata Kelola Perusahaan -> Nilai Perusahaan	0.816	0.802	0.170	4.812	0.000	Diterima
Tanggung Jawab Sosial -> Nilai Perusahaan	-0.122	-0.108	0.104	1.176	0.240	Ditolak

Tabel di atas menjelaskan bahwa satu hipotesis ditolak yaitu H2 tentang kemampuan tanggung jawab sosial dalam mempengaruhi nilai perusahaan yang mendapat nilai signifikansi > 0,05, sedangkan H1 diterima karena mendapat nilai signifikansi < 0,05.

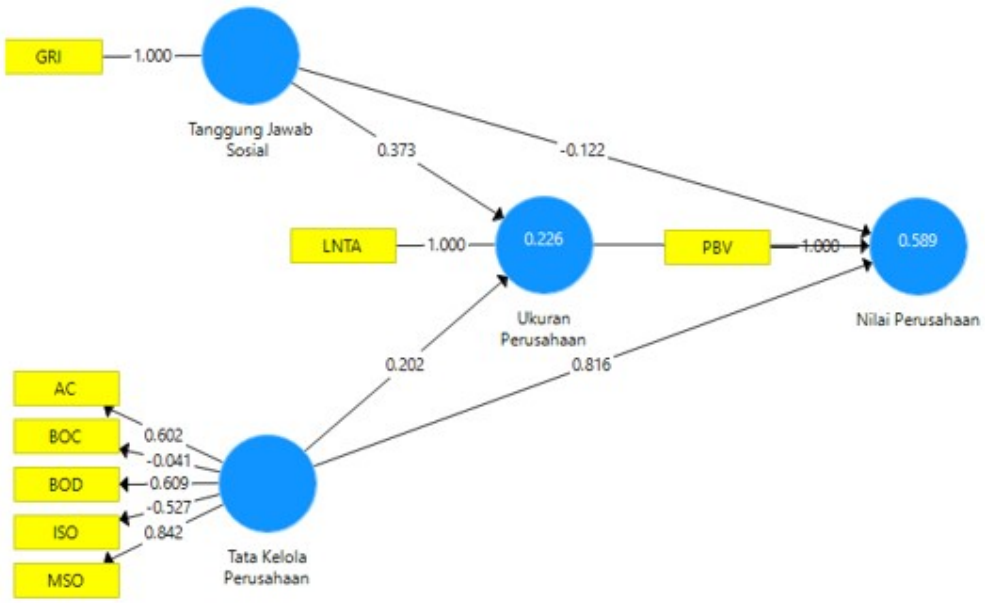
Tabel 4.7 Uji Parsial

(*Indirect Effects*)

	Original Sample (O)	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T Statistics (|O/STDEV|)*	*P Values*	Hasil
Tata Kelola Perusahaan -> Ukuran Perusahaan -> Nilai Perusahaan	-0.062	-0.053	0.058	1.084	0.279	Ditolak
Tanggung Jawab Sosial -> Ukuran Perusahaan -> Nilai Perusahaan	0.115	0.105	0.049	2.343	0.020	Diterima

Tabel berikut menjelaskan bahwa satu hipotesis ditolak yaitu tata kelola perusahaan yang dimediasi oleh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan memiliki nilai signifikansi > 0,05, sedangkan 1 hipotesis lainnya diterima yaitu tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan, dimediasi oleh ukuran perusahaan karena nilai signifikansinya < 0,05.

Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Gambar 5. 1 Uji Analisis Jalur

Uji analisis jalur digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu variabel dapat memediasi variabel bebas dan variabel terikat (Munandar & Kusdianto, 2021).

Berdasarkan 3 kriteria menurut Baron & Kenny (1986), terlihat pada tabel 4.6 yang terdapat tata kelola perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan sehingga kriteria pertama terpenuhi. Terdapat tata kelola perusahaan mempengaruhi ukuran perusahaan sehingga kriteria kedua terpenuhi. Kemudian pada tabel 4.7 terlihat tata kelola perusahaan tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan dengan ditengahi ukuran perusahaan sebagai mediasi yang artinya jika salah satu kriteria tidak terpenuhi, ukuran perusahaan tidak mampu menunjukkan hubungan antara tata kelola perusahaan dan nilai perusahaan. Sedangkan terlihat pada tabel 4.7 yang terdapat tanggung jawab sosial tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Terdapat tanggung jawab sosial mempengaruhi ukuran perusahaan sehingga kriteria kedua terpenuhi. Kemudian pada tabel 4.7 terlihat ukuran perusahaan mampu memediasi hubungan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan secara positif. Yang artinya ukuran perusahaan menjadi *full mediation*, dikarenakan keberadaan ukuran perusahaan sebagai mediasi membuat hubungan antara tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan menjadi berpengaruh.

DISKUSI

Tata kelola perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan secara positif

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil H1 diterima yaitu tata kelola perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada industri batu bara. Hal ini sejalan dengan studi sebelumnya bahwa tata kelola perusahaan berdampak positif pada nilai perusahaan (Khanaghah et al., 2019). Mekanisme tata kelola perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan fungsi pengawasan dalam mengelola bisnis agar setiap langkah bisnis konsisten dalam mencapai tujuan perusahaan. Jika institusi mampu melakukan kontrol sepenuhnya, nilai perusahaan dapat ditingkatkan (Worokinasih & Zaini, 2020). Nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan mendirikan prinsip tata kelola perusahaan (Ibrahimov & Omarova, 2020). Dikarenakan perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik ketika kepuasan mereka meningkat, mereka akan cenderung membeli lebih banyak saham dan

juga menawarkan saham kepada pelanggan mereka. Peningkatan pembelian ini akan meningkat harga saham dan akhirnya meningkatkan *return* saham dan nilai perusahaan.

Tanggung jawab sosial tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan

Dari hasil uji t di atas H2 ditolak karena diperoleh hasil yang menyebutkan tanggung jawab sosial tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Yang artinya studi ini tidak sejalan dengan kajian terdahulu yang mengatakan tanggung jawab sosial mempengaruhi nilai perusahaan secara positif (Titisari et al., 2019). Dengan kata lain hipotesis penelitian ini ditolak, sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* melalui web resmi entitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Teori yang sesuai menjelaskan bahwa pembangunan berkelanjutan suatu perusahaan didasarkan pada dukungan *stakeholders*. Pengungkapan tanggung jawab perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi *stakeholders* dan mendapat dukungan dari *stakeholders* untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Pada studi ini, informasi tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan belum memenuhi kebutuhan informasi *stakeholders* khususnya investor.

Tata kelola perusahaan tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan dengan dimediasi oleh ukuran perusahaan

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan H3 ditolak karena keberadaan *firm size* sebagai mediator tidak dapat memediasi *corporate governance* dengan nilai perusahaan. Artinya, ukuran perusahaan batu bara tidak mempengaruhi korelasi antara tata kelola perusahaan dan nilai perusahaan. Hal ini menyimpang dari hipotesis penelitian bahwa *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan lintas ukuran perusahaan. Maka, dapat dikatakan bahwa hipotesis ditolak. Karena perusahaan dengan tata kelola perusahaan yang baik terus memiliki nilai perusahaan yang baik (Singh et al., 2017), terlepas dari ukuran perusahaannya.

Tanggung jawab sosial mampu mempengaruhi nilai perusahaan dengan dimediasi oleh ukuran perusahaan

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan H4 diterima yaitu ukuran perusahaan mampu menengahi tanggung jawab sosial dengan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis peneliti. Kinerja lingkungan yang meliputi perlindungan lingkungan yang dilakukan oleh pebisnis dapat menarik perhatian investor dan *stakeholder* (Diantimala et al., 2021). Perusahaan besar biasanya merupakan *high-profile company*, yaitu perusahaan dengan kepekaan lingkungan dan keahlian yang ketat, sehingga perusahaan *high profile* menjadi fokus perhatian pemegang saham dalam operasi perusahaan. Sebagai hasilnya, perusahaan terkenal memikul lebih banyak tanggung jawab sosial. Hal ini membuat investor melihat perusahaan yang meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dengan demikian membuat tanggung jawab sosial dapat berpengaruh pada nilai perusahaan secara positif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini mengambil sampel dari 21 perusahaan subsektor batu bara yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020. Studi ini memberikan bukti empiris tentang peran tata kelola dan tanggung jawab sosial dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai mediator. Studi yang dilakukan di subsektor batu bara menunjukkan bahwa tata kelola dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif, namun keberadaan ukuran perusahaan tidak dapat memediator hubungan antara tata kelola dan nilai perusahaan. Di sisi lain, nilai perusahaan tidak dapat dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial, namun keberadaan ukuran perusahaan sebagai *mediator* mampu membuat tanggung jawab sosial perusahaan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan secara positif.

Terdapat keterbatasan dalam studi ini yaitu pada variabel tata kelola karena tidak semua perusahaan memiliki kepemilikan manajerial dan sektor yang diteliti adalah subsektor batu bara saja. Untuk eksplorasi lebih lanjut, disarankan dapat menambahkan variabel kontrol untuk manajemen kinerja. Jangka waktu penelitian sebaiknya diperpanjang dan jumlah bidang yang diteliti diperkaya untuk mendapatkan hasil studi yang lebih representatif.

Implikasi untuk pihak perusahaan agar dapat mengelola perusahaannya dengan baik, dengan melakukan tata kelola secara optimal, dan tanggung jawab sosial secara optimal akan meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Ararat, M., Black, B. S., & Yurtoglu, B. B. (2017). The effect of corporate governance on firm value and profitability: Time-series evidence from Turkey. *Emerging Markets Review*, *30*, 113–132. https://doi.org/10.1016/j.ememar.2016.10.001

Aripin, A. A. N., & Handayani, S. (2020). Pengaruh Economic Value Added, Earning Per Share Debt To Total Asset Ratio Dan Asset Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *JCA Ekonomi*, *1*(1), 126–134.

Arniati, T., Puspita, D. A., Amin, A., & Pirzada, K. (2019). The Implementation of Good Corporate Governance Model and Auditor Independence in Earnings' Quality Improvement. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, *7*(1), 188–200. https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(15)

Arrozi, M. F. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Good Corporate Governance Terhadap Earnings Management. *STIE Perbanas Surabaya*.

Aryati, T., & Purwaningsih, E. (2018). The Influence of Diversification and Corporate Social Responsibility to Earnings Management with Audit Committee Effectiveness as a Moderating Variable. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, *7*(2), 189–203.

Atrianingsih, S., & Nyale, M. H. Y. (2022). Pengaruh Debt To Equity Ratio dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Return On Asset Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *5*(7), 2700–2709.

Bardos, K. S., Ertugrul, M., & Gao, L. S. (2020). Corporate Social Responsibility, Product Market Perception, and Firm Value. *Journal of Corporate Finance*, *62*(November 2018), 101588. https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101588

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research : Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(6), 1173–1182. https://doi.org/10.1177/1350506818764762

Bertuah, E. (2015). Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Keputusan Keuangan. *Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul*, *6*(2), 1–10.

Butt, A. A., Shahzad, A., & Ahmad, J. (2020). Impact of CSR on Firm Value: The Moderating Role of Corporate Governance. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, *4*(2), 145–163. https://doi.org/10.28992/ijsam.v4i2.257

Diantimala, Y., Syahnur, S., Mulyany, R., & Faisal, F. (2021). Firm Size Sensitivity on The Correlation Between Financing Choice and Firm value. *Cogent Business and Management*, *8*(1), 1–20. https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1926404

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (2000). The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *Advances in Strategic Management*, *17*(2), 143–166. https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17011-1

Elistia. (2016). An Ethical Marketing Perspective: Corporate Social Responsibilites for Strengthening Corporate Brand Management (Study Case in Fast Moving Consumer Goods in Indonesia). *Faculty of Economy and Business Esa Unggul University*, *7*(2), 157–163.

Fama, E. F. (1978). The Effects of a Firm's Investment and Financing Decisions on the Welfare of Its Security Holders. *The American Economic Review*, *68*(3), 272–284.

Fitri, R. A., & Munandar, A. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility, Profitability, and Leverage toward Tax Aggressiveness with Size of Company as Moderating Variable. *Binus Business Review*, *9*(1), 63. https://doi.org/10.21512/bbr.v9i1.3672

Fuadah, L. L., & Kalsum, U. (2021). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Tax Aggressiveness in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(3), 209–216. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0209

Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, *3*(2), 19–32. https://doi.org/10.24815/jdab.v3i2.5384

Gantino, R., & Alam, L. R. (2020). Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Kinerja. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *10*(2), 215–230. https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18858

Gantino, R., Ruswanti, E., & Rachman, T. (2020). Leadership Style, Intellectual Capital and Corporate Social Responsibility on Performance, a Comparison Model of Listed Companies in Indonesia. *GATR Accounting and Finance Review*, *5*(3), 110–120. https://doi.org/10.35609/afr.2020.5.3(3)

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. https://www.researchgate.net/publication/289674653_Structural_Equation_Modeling_Metode_Alternatif_dengan_Partial_Least_Squares_PLS

Ghozali, I. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Undip. http://ailis.lib.unair.ac.id/opac/detail-opac?id=108908

Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Cet. VIII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hermanto. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Return Saham dengan CSR Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, *9*(2), 75–85.

Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size On Firm Value Moderated By Profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, *7*(1), 174–191. https://doi.org/10.35808/ijeba/204

Ibrahimov, Z., & Omarova, U. (2020). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility of Enterprises. *55th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, *4*(March), 197–202.

Ichsani, S., Ratu, A., Taswa, P., Aprianto, F., & Hermawan, H. (2021). Effect of Good Corporate Governance Mechanism on Company Profitability Ratios Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, *12*(8), 1793–1805.

Indrati, M., Hermanto, Purwaningsih, E., Agustinah, W., & Sarikha, A. (2021). Corporate Governance Mechanisms and Possible Financial Statements Containing Fraud. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, *4*(4), 8609–8621. https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2805

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm : Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, *72*(10), 1671–1696. https://doi.org/10.1177/0018726718812602

Khanaghah, J. B., Sadeghi, H. A., & Ghadakforoushan, M. (2019). Investigating the Interactive Effect of Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on the Firm Value in the Tehran Stock Exchange. *Iranian Journal of Management Studies*, *12*(3), 425–450. https://doi.org/10.22059/ijms.2019.265155.67330 Investigating

Kong, Y., Famba, T., Kurauone, O., Chituku-Dzimiro, G., & Sun, H. (2020). Corporate Governance Mechanisms, Ownership and Firm Value: Evidence from Listed Chinese Firms. *International Journal of Financial Studies*, *8*(20), 1–26. https://doi.org/10.3390/ijfs8020020

Le, T. T., & Nguyen, V. K. (2022). The Impact Of Corporate Governance On Firms' Value In An Emerging Country: The Mediating Role Of Corporate Social Responsibility And Organisational Identification. *Cogent Business and Management*, *9*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2018907

Li, F., Li, T., & Minor, D. (2016). CEO Power, Corporate Social Responsibility, and Firm Value: A Test of Agency Theory. *International Journal of Managerial Finance*, *12*(5), 611–628. https://doi.org/10.1108/IJMF-05-2015-0116

Lozano, M. B., Martínez, B., & Pindado, J. (2016). Corporate Governance, Ownership and Firm Value: Drivers of Ownership as A Good Corporate Governance Mechanism. *International Business Review*, *25*(6), 1333–1343. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.04.005

Mardhiana, M. D. (2020). The Effect of Intellectual Capital on Price to Book Value with Good Corporate Governance as a Moderating Variable. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies*, *6*(4), 131–144. https://doi.org/10.32602/jafas.2020.032

Messier, W. F., Glover, S. M., & Prawitt, D. F. (2006). *Auditing & assurance services : a systematic approach*. McGraw-Hill/Irwin. https://books.google.com/books/about/Auditing_Assurance_Services.html?hl=id&id=MKjGPQAACAAJ

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, *83*(2), 340–363. https://doi.org/10.1086/226550

Munandar, A., & Kusdianto, K. D. (2021). NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial HARGA SAHAM DENGAN RETURN ON OWNERS EQUITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DENGAN PEMANFAATAN SOFTWARE. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *8*(7), 2287–2294.

Nguyen, L., Khanh Phuong Tan, T., & Ha Nguyen, T. (2021). Determinants of Firm Value: An Empirical Study of Listed Trading Companies in Vietnam. *Journal of Asian Finance*, *8*(6), 809–0817. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0809

Nurdiniah, D., & Munandar, A. (2020). Analisis Hubungan Dewan Komisaris Independen, Voluntary Disclosure, Firm Size, Dan Cost Of Debt. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *5*(1), 245–256.

Ogachi, D., & Zoltan, Z. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value Protection. *International Journal of Financial Studies*, *8*(72), 1–22. https://doi.org/10.3390/ijfs8040072

Putra, A. (2014). Penerapan 5 Pilar Tata Kelola Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Fakultas Ekonomi Universitas Indonusa Esa Unggul*, *11*(1), 149–164.

Putra, A., & Simanungkalit, R. M. (2014). The Impact of Implementation Good Corporate Governance to Firm Value (Evidence from Indonesia Public Banking Sector). *Review Integrative Business & Economics Research*, *4*(1), 95–102.

Putri, A. V., & Prasetyo, K. (2020). The Effect of Good Corporate Governance Mechanism on Earnings Management in Lq-45 Companies. *Contemporary Economics*, *14*(4), 542–551. https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.425

Ramadhan, Y., & Putri, S. W. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *JCA Ekonomi*, *1*(2006).

Singh, P. J., Sethuraman, K., & Lam, J. Y. (2017). Impact of Corporate Social Responsibility Dimensions on Firm Value: Some Evidence from Hong Kong and China. *Sustainability (Switzerland)*, *9*(9). https://doi.org/10.3390/su9091532

Titisari, K. H., Moeljadi, M., Ratnawati, K., & Indrawati, N. K. (2019). The Roles Of Cost Of Capital, Corporate Governance, And Corporate Social Responsibility In Improving Firm Value: Evidence From Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, *16*(4), 28–36. https://doi.org/10.21511/imfi.16(4).2019.03

Wahyudi, I., & Fitriah, N. (2021). Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, Kepatuhan Perpajakan, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, *13*(2), 388–401. https://doi.org/10.28932/jam.v13i2.3885

Worokinasih, S., & Zaini, M. L. Z. B. M. (2020). The Mediating Role of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on Good Corporate Governance (GCG) and Firm Value. A Technical Note. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, *14*(1), 88–96. https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.9