

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pasar modal merupakan sarana investasi yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Keberadaan pasar modal membuat para investor dapat mengambil keputusan investasi yang rasional dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengenal bermacam-macam instrumen yang terdapat didalamnya. Pasar modal merupakan salah satu *alternative* penginvestasian dana yang dimiliki masyarakat di samping sektor perbankan dan jenis investasi lainnya sebagai penyedia dana dalam dunia bisnis melalui penawaran saham dan instrumen lainnya (Septyanto, 2013). Salah satu yang paling banyak diminati masyarakat saat ini adalah saham. Saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan usaha atas suatu perseroan terbatas.

Salah satu pasar modal yang ada di Indonesia dan berperan penting dalam perdagangan saham adalah Bursa Efek Jakarta & Bursa Efek Surabaya yang digabungkan dan menjadi Bursa Efek Indonesia. Bursa efek adalah perantara antara perusahaan atau emiten dengan investor, dimana emiten adalah perusahaan yang memperdagangkan atau menjual dan menawarkan saham kepada investor. Sangat penting bagi suatu perusahaan atau emiten untuk memiliki laporan keuangan yang dapat menunjukkan keadaan perusahaan tersebut, karena salah satu indikator sehat atau tidaknya sebuah perusahaan adalah jika laporan keuangannya menunjukkan kenaikan laba, harga saham yang stabil dan tingkat pengembalian modal yang baik serta kegiatan-kegiatan dan komponen lainnya seperti tata kelola yang baik (Penerapan et al. , 2020) dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi nilai dari perusahaan tersebut.

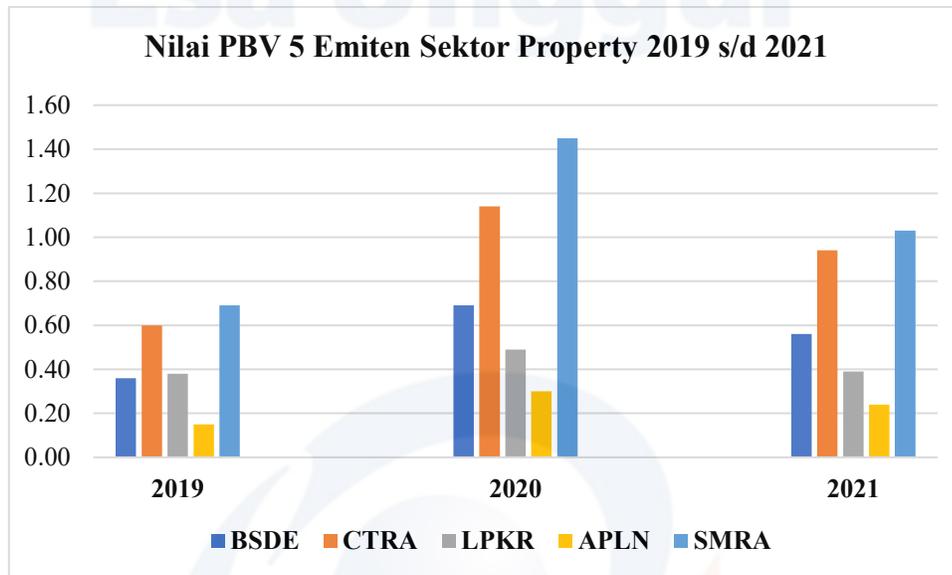
Setiap perusahaan pada dasarnya melakukan kegiatan usaha dengan tujuan untuk mencari keuntungan atau menghasilkan laba. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut banyak faktor yang harus diperhatikan, terkadang perusahaan hanya fokus pada usaha bagaimana bisa menghasilkan laba sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan atau melanggar aturan-aturan yang ada sehingga dapat membahayakan lingkungan sekitar dan perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang hanya fokus pada tujuan jangka pendek tanpa memperhitungkan dampak jangka panjang akan sangat sulit untuk bertahan ditengah kuatnya persaingan. Pada dasarnya sebuah perusahaan yang baik diharapkan mampu dan bisa mengontrol potensi keuangan maupun potensi non keuangan di dalam usaha meningkatkan nilai perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan dimasa depan (Sabatini dan Sudana, 2019).

Bagi perusahaan yang telah *go public*, pasar modal merupakan sarana bagi peningkatan nilai perusahaan. Pasar modal memberikan sarana bagi peningkatan nilai melalui berbagai aksi korporasi yang ditopang oleh keterbukaan informasi secara penuh. Transparansi berdampak pada efisiensi usaha, peningkatan laba, peningkatan harga saham, *competitive position*, dan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Suharli (2006) menyatakan para kreditur atau investor juga beranggapan jika dari nilai perusahaan dapat ditentukan tingkat likuiditas suatu perusahaan, dimana hal ini berhubungan dengan keputusan para kreditur atau investor yang hanya akan memberikan pendanaan kepada perusahaan yang likuid saja dan harga saham adalah salah satu indikator dari baik atau tidaknya nilai suatu perusahaan yang telah *Go Public*.

Nilai perusahaan adalah perolehan dalam bentuk skor yang bisa didapatkan oleh suatu perusahaan perseroan baik perusahaan yang mendapat pendanaan lokal ataupun perusahaan yang mendapatkan modal asing. Skor biasanya didapat berdasarkan penilaian dengan kategori tertentu yang melatarbelakangi pertumbuhan perusahaan tersebut dari awal terbentuk sampai saat ini selama masih beroperasi (Anon n.d.-e, 2022). Nilai perusahaan biasanya juga dapat diartikan sebagai nilai pasar yang merupakan nilai setiap perusahaan yang terdaftar di bursa efek yang ditandai dengan naik turunnya harga saham. Naiknya harga saham akan memberikan kesejahteraan bagi para investor, harga saham yang tinggi akan memberikan tingkat kemakmuran yang tinggi juga bagi para pemegang saham (Senda, 2011), begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu nilai pasar atau nilai saham menjadi tolak ukur dari nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *Price to Book Value (PBV)*. *Price to Book Value* adalah salah satu cara atau metode yang digunakan untuk melakukan perhitungan terhadap nilai perusahaan. *Price to Book Value* dihitung dengan cara membagi harga saham per lembar saat ini dengan nilai buku per lembar saham, nilai buku didapat dari total ekuitas dibagi dengan jumlah modal yang disetor pemegang saham. *Price to Book Value* juga dapat diartikan sebagai suatu rasio yang menjelaskan harga saham yang dipasarkan lebih rendah atau lebih tinggi dari nilai buku saham tersebut (Saputri dan Isbanah, 2021). Pada dasarnya, *Price to Book Value* berfungsi sebagai salah satu rasio untuk melihat valuasi saham suatu perusahaan yang terdaftar di BEI. *Price to Book Value* biasanya juga merupakan panduan para investor dalam mengambil keputusan investasi seperti menjual beli atau membeli saham. Gambar 1.1 adalah hasil perhitungan *Price to Book Value* dari 5 perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2021.

**Gambar 1.1 Rasio Price to Book Value**



Sumber: Yahoo Finance (diolah penulis, 2022)

Dari total lima perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang telah dilakukan perhitungan atas *Price to Book Value*, ditemukan masih banyak perusahaan dengan rasio *Price to Book Value* dibawah atau kurang dari 1, hal ini tentunya menandakan jika nilai buku saham perusahaan - perusahaan tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar saham yang beredar di pasar modal. Fama, (1978) menyatakan jika harga pasar saham mencerminkan nilai perusahaan, jika harga pasar saham lebih rendah dari nilai buku maka akan berpengaruh pada rendahnya nilai perusahaan dimata para investor. Pada Tabel 1.1 selama kurun waktu 2019-2021 hanya terdapat dua perusahaan yang memiliki nilai *Price to Book Value* dengan rasio diatas 1 yaitu PT Ciputra Development, Tbk (CTRA, JK) pada angka 0.60, 1.14, 0.94 dan PT Summarecon Agung, Tbk (SMRA, JK) pada angka 0.69, 1.45, 1.03. Sedangkan untuk 3 perusahaan lainnya yaitu PT Agung Podomoro Land, Tbk (APLN), PT Lippo Karawaci, Tbk (LPKR) & PT Bumi Serpong Damai, Tbk (BSDE) memiliki rasio *Price to Book Value* dibawah atau kurang dari 1 dengan rata-rata nilai *Price to Book Value* berada diantara 0.15 sampai dengan 0,69.

Salah satu sektor usaha yang menarik minat banyak investor saat ini adalah sektor *property* dan *real estate*, karena sektor ini cenderung stabil termasuk dimasa *pandemic covid 19* dan memberikan keuntungan investasi yang cukup menjanjikan. Pada tahun 2022 terdapat sekitar 80 perusahaan dari sektor *property* dan *real estate* yang telah melakukan *listing* di Bursa Efek Indonesia, 36 perusahaan pada papan utama, 43 pada papan pengembangan dan 1 pada papan akselerasi. Sejumlah besar perusahaan yang terdaftar di papan utama BEI adalah perusahaan pengembang yang sudah berpengalaman, berkapitalisasi besar dan memiliki portofolio proyek diatas

rata-rata. Perusahaan-perusahaan seperti Agung Podomoro Land, Lippo Grup, Sinarmas Land, Summarecon, dan Ciputra adalah beberapa perusahaan pengembang yang membangun banyak kawasan perumahan, rekreasi, perkantoran, industri dan lain sebagainya diseluruh penjuru Indonesia (Anon n.d.-a, 2022).

Seiring dengan berkembang pesatnya perusahaan-perusahaan dari sektor *property* dan *real estate*, hal ini membuat kebutuhan akan lahan untuk pembangunan kawasan hunian, rekreasi, perkantoran, industri dan lainnya semakin meningkat. Tingginya tingkat urbanisasi berakibat pada pertumbuhan dan perkembangan yang pesat dikota-kota besar seperti ibu kota Jakarta, hal ini menyebabkan ikut meningkatnya kebutuhan akan sarana dan prasarana seperti pemukiman, perkantoran, transportasi, tempat hiburan rekreasi dan lain sebagainya. Keterbatasan lahan inilah yang menimbulkan banyak masalah, sebagian perusahaan pengembang melakukan pembangunan tanpa memperhatikan kondisi lingkungan dan kesejahteraan masyarakat yang ada di sekitar sebagai contoh banyak taman terbuka hijau yang seharusnya menjadi tempat rekreasi warga dan sumber resapan air beralih fungsi menjadi pemukiman, perkantoran atau *shopping mal*, penggusuran pemukiman warga untuk dijadikan kawasan perumahan atau *real estate* serta yang paling menyita banyak perhatian publik beberapa tahun belakangan adalah reklamasi teluk Jakarta untuk dijadikan lahan pembangunan sebuah kawasan pemukiman dan rekreasi dengan konsep kota mandiri (Anon n.d.-b, 2022).

Tingginya permintaan lahan oleh perusahaan pengembang ini menyebabkan dampak alih fungsi lahan dimana lahan yang seharusnya digunakan untuk pertanian beralih fungsi menjadi pemukiman selain itu pembangunan perumahan merupakan salah satu penyebab berkurangnya air tanah dan menyebabkan timbulnya banjir pada saat musim hujan akibat dari berkurangnya daerah resapan air (Masyarakat et al. 2015) Selain itu dampak dari reklamasi akan lebih buruk lagi dimana kawasan perairan yang semula menjadi kolam untuk menampung air berubah fungsi menjadi daratan sehingga terjadi peningkatan permukaan air laut serta rusaknya hutan bakau. Dan akibat dari permukaan air laut yang semakin tinggi ini tidak terlepas kemungkinan dalam beberapa puluh tahun kedepan kota Jakarta terancam tenggelam.

Dengan melihat banyaknya permasalahan ini, menimbulkan kesadaran bagi perusahaan-perusahaan pengembang yang ada saat ini untuk melakukan suatu usaha dalam rangka mengurangi dampak negatif yang muncul dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan UU no. 40 tahun 2007 mengenai perseroan terbatas, perusahaan diwajibkan untuk melakukan Tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Dan sesuai dengan Peraturan Pemerintah no. 47 tahun 2012 tentang Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, setiap perusahaan diminta untuk mengalokasikan 2(dua) persen dari keuntungan setiap tahun untuk dana *Corporate Social Responsibility*. Dan perusahaan harus bisa membedakan antara dana *Corporate Social Responsibility* dan dana amal karena jika dana *Corporate Social Responsibility* harus bersifat keberlanjutan untuk masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan diluar perusahaan

melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka melakukan perawatan atau penjagaan lingkungan, norma dan etika masyarakat, partisipasi dalam pembangunan seperti pengentasan kemiskinan dan pelatihan kerja serta berbagai kegiatan lainnya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya dalam mengambil keputusan tidak semata berdasarkan faktor keuangan seperti laba atau dividen akan tetapi juga harus memperhatikan aspek konsekuensi dari sosial dan lingkungan saat ini dan dimasa yang akan datang (Fajar, 2013).

Dengan kata lain perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab *single bottom line* dimana nilai perusahaan hanya di lihat atau digambarkan melalui kinerja keuangan saja akan tetapi kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan dan keuangan (Kadek dan Made, 2020). Perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan di dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan menunjukkan bahwa perusahaan telah berkontribusi dalam melestarikan lingkungan hidup dan menjaga hubungan sosial. Dengan pengungkapan informasi positif tersebut, maka kepercayaan masyarakat dapat ditingkatkan. Para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai citra baik di mata masyarakat dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan (Sheryn dan Hendrawati ,2020).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu faktor non keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan gambaran kepada pihak yang berkepentingan melalui laporan keuangan perusahaan dalam hal ini salah satunya adalah investor. Pengungkapan tentang hubungan antara aspek-aspek seperti ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan akan dipergunakan oleh para investor untuk menentukan strategi dimasa yang akan datang. Dengan semakin besarnya perhatian yang diberikan perusahaan terhadap lingkungan maka akan semakin besar kepedulian masyarakat terhadap kinerja perusahaan, sehingga perusahaan akan mendapatkan legitimasi (Kadek dan Made, 2020). Pada saat perusahaan mendapatkan legitimasi maka akan direspon oleh para investor dengan cara membeli saham perusahaan, jika permintaan akan saham naik, maka harga saham juga akan naik dan hal ini akan secara otomatis membuat nilai perusahaan tersebut ikut naik.

Indeks *GRI* atau *Global Reporting Initiative* adalah pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan kepada *public* mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial dalam bentuk pelaporan keberlanjutan berdasarkan standar *GRI* yang telah ditetapkan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Sebagai sebuah organisasi non profit *GRI* menyediakan 20 kerangka pelaporan berkelanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia (Penerapan et al., 2020). Untuk pengukuran kinerja *Corporate Social Responsibility* sektor properti menggunakan *GRI-G4* dimana terdapat 5 indikator dengan total 91 aspek yaitu Ekonomi, Kinerja Lingkungan, Sosial termasuk tenaga kerja dan Hak Azasi Manusia, Masyarakat dan Tanggung jawab atas produk. Nilai *CSR* dihitung dengan

cara membagi total aspek yang diungkapkan oleh perusahaan dengan total aspek standar yang ditetapkan oleh *GRI-G4*.

Gambar 1.2 adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh 5 perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang ada di BEI tahun 2019-2021.

**Gambar 1.2 Rasio *Corporate Social Responsibility***



Sumber: Annual Report 2019-2021 (Diolah Penulis Juni 2022)

Hasil perhitungan rasio *Corporate Social Responsibility* pada tabel diatas menunjukkan jika masih banyak perusahaan dari sektor *property* dan *real estate* yang tidak melakukan pengungkapan sesuai standar yang di tetapkan *GRI-G4*. Dari total 5 perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terdapat 1 perusahaan yang konsisten dengan jumlah item pengungkapan yang sama, yaitu PT Bumi Serpong Damai, Tbk dengan rasio 0,78 selama 3 tahun berturut-turut. Sedangkan untuk PT Summarecon Agung, Tbk. dan PT Agung Podomoro Land, Tbk melakukan pengungkapan yang lebih kecil di tahun 2019 dan 2021 dengan rasio masing-masing 0.37 & 0,32 dan melakukan pengungkapan item *Corporate Social Responsibility* lebih banyak di 2021 yaitu dengan rasio sebesar 0.52 dan 0.56. 2, Dua perusahaan lainnya PT Lippo Karawaci, Tbk dan PT Ciputra Development, Tbk melakukan pengungkapan dengan ratio 0.51 dan 0.36 di tahun 2019 dan melakukan peningkatan jumlah aspek pengungkapan selama 2020-2021 yaitu sebesar 0.57 dan 0.47.

Item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang semakin meningkat di tahun 2020-2021 diperkirakan adalah salah satu usaha perusahaan untuk memperbaiki citra dimasyarakat mengingat melemahnya kondisi perekonomian karena *pandemic covid 19*, diharapkan dengan melakukan pengungkapan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan yang secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dengan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Karina dan Setiadi, 2020) menyatakan jika *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Semakin baik penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

(Kesumastuti dan Dewi, 2021) yang melakukan penelitian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan usia dan umur perusahaan sebagai pemoderasi, *Corporate Social Responsibility* dinyatakan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Algiffary, 2020) yang menyatakan jika pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Sedangkan menurut hasil penelitian (Khasanah dan Sucipto, 2020) *Corporate Social Responsibility* masih belum mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan hal ini disebabkan oleh masih sedikitnya item dari *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hakim et al., 2019) *Corporate Social Responsibility* tidak mempengaruhi nilai perusahaan, sebanyak apapun item *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan dan kerja sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak bisa membantu menaikkan nilai perusahaan.

(Ayunisari dan Sawitri, 2021) menyatakan jika *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kenaikan nilai dari sebuah perusahaan tidak dipengaruhi oleh hasil pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan, karena pada dasarnya setiap manajemen perusahaan lebih fokus kepada masalah keuangan dibandingkan kepedulian perusahaan terhadap faktor lingkungan dan sosial masyarakat disekitar perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2021) *Corporate Social Responsibility* dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak melihat lebih atas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Good Corporate Governance (GCG)* atau tata kelola perusahaan yang baik. Perusahaan yang melakukan pendekatan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menggunakan *Good Corporate Governance* bertujuan untuk menghindari terjadinya konflik antara *principal* dan agen nya (Muhammad, 2018). Menurut komite Cadbury 1992 *Good Corporate Governance* adalah prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para *shareholder* khususnya dan *stakeholder* secara umum. Dengan kata lain *Good Corporate Governance* merupakan seperangkat aturan yang digunakan untuk mengatur kewenangan direktur, manager, pemegang saham dan pihak lain yang berhubungan dengan perusahaan dilingkungan perusahaan tersebut.

Saat ini penerapan *Good Corporate Governance* dalam suatu perusahaan bukan hanya semata-mata tanggung jawab perusahaan itu sendiri akan tetapi sudah menjadi bagian dari tanggung jawab semua yang terlibat sebagai satu kesatuan yaitu investor dan manajemen perusahaan (Ratih dan Setyarini, 2014), menurut Chen (2008) melalui penerapan *Good Corporate Governance* diharapkan para pemangku kepentingan memiliki kebebasan dalam upaya pengambilan keputusan yang tepat dan efektif sehingga hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Saputri dan Isbanah (2021) menyatakan dengan penerapan *Good Corporate Governance* maka nilai perusahaan akan naik, dan diharapkan perusahaan mampu berkinerja dengan maksimal sehingga dapat memberikan *return* atau keuntungan bagi para pemegang saham. Perusahaan dengan skor *Good Corporate Governance* yang tinggi menandakan jika implementasi yang dilakukan dalam perusahaan tersebut bagus. *Good Corporate Governance* merupakan suatu alat kontrol bagi perusahaan yang mampu mengurangi atau mencegah konflik keagenan, dan hal ini tentunya akan dipersepsi positif oleh para investor. Penerapan *Good Corporate Governance* yang baik menandakan jika perusahaan dikelola dengan tepat dan efisien sesuai dengan yang diinginkan oleh para prinsipal. Persepsi positif ini akan membuat investor bereaksi positif terhadap saham perusahaan sehingga secara otomatis harga saham akan naik. Melihat besarnya variasi dalam pelaksanaan mekanisme *Corporate Governance* menyebabkan *Corporate Governance* menjadi faktor yang berdampak signifikan guna meningkatkan nilai pasar saham dari suatu perusahaan (Black, Jang dan Kim, 2006)

Tujuan secara keseluruhan dari suatu perusahaan dapat tercapai melalui nilai tambah yang diperoleh dari penerapan *Good Corporate Governance*. Karena *Good Corporate Governance* adalah bentuk dari proses dan struktur pelaksanaan bisnis suatu perusahaan. Pada saat kepercayaan dari para investor meningkat maka hal ini akan berpengaruh kepada meningkatnya investor yang masuk ke pasar modal dan membeli saham perusahaan. Secara tidak langsung hal ini juga berpengaruh pada harga saham perusahaan yang akan semakin naik dan nilai perusahaan yang juga akan ikut naik (Hadisurja dan Apriwenni, 2020).

Indeks Pengungkapan *Corporate Governance* (IPCG) adalah suatu indeks yang biasanya dipakai sebagai indikator untuk menilai implementasi *Good Corporate Governance* suatu perusahaan berdasarkan pada pengungkapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* dalam laporan tahunan perusahaan. Nilai *Good Corporate Governance* dihitung dengan cara membagi total indikator yang diungkapkan oleh perusahaan dengan total Indikator standar yang ditetapkan oleh IPCG yaitu terdiri dari 16 poin indikator dengan total 109 item pengungkapan. Gambar 1.3 adalah tingkat pengungkapan *Good Corporate Governance* yang dilakukan oleh 5 perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang ada di BEI tahun 2019-2022.

**Gambar 1.3 Rasio Good Corporate Governance**



Sumber: Annual Report 2019-2021 (Diolah Penulis Juni 2022)

Hasil perhitungan rasio *Good Corporate Governance* diatas menunjukkan masih kurangnya kesadaran perusahaan sektor *property* dan *Real Estate* dalam melakukan penerapan *Good Corporate Governance* sesuai standar IPCG. Selama kurun waktu 3 tahun 2019-2021 terdapat 3 perusahaan yang secara konsisten melakukan penerapan *Good Corporate Governance* dengan item pelaporan yang selalu sama yaitu PT Lippo Karawaci, Tbk dengan rasio 0,77 diikuti dengan PT Ciputra Development, Tbk dengan rasio 0.70 dan PT Summarecon Agung, Tbk dengan rasio penerapan *Good Corporate Governance* paling rendah yaitu hanya 0.50. Sedangkan untuk PT Bumi Serpong Damai, Tbk pada tahun 2019 melakukan penerapan *Good Corporate Governance* dengan rasio 0.76 dan pada tahun 2020-2021 melakukan penambahan item pelaporan sehingga naik menjadi 0.83. PT Agung Podomoro Land, Tbk konsisten untuk melengkapi item dalam penerapan *Good Corporate Governance* hal ini dapat terlihat dari rasio *Good Corporate Governance* yang terus naik dari 2019 – 2021 yaitu 0.67 ,0.69 & 0.75. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari total 5 perusahaan tersebut PT Summarecon Agung, Tbk paling sedikit melakukan pengungkapan *Good Corporate Governance*, hanya sekitar 50% dari standar yang ditetapkan oleh IPCG.

Penelitian mengenai pengaruh antara *Good Corporate Governance* dengan nilai perusahaan sudah banyak dilakukan dengan hasil beragam, Susilawati (2019) yang melakukan penelitian pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan sektor perbankan menyatakan semakin tinggi predikat penerapan *Good corporate* yang dilakukan perusahaan perbankan maka akan memberi dampak positif bagi nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan perusahaan dengan predikat *Good Corporate Governance* yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari investor sehingga hal ini akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadisurja and Apriwenni (2020) yang menyatakan jika penerapan *Good Corporate Governance* berpengaruh pada nilai perusahaan.

Akan tetapi Sriwidodo (2019) menyatakan hal yang berbeda karena hasil penelitian mengenai pengaruh *Good Corporate Governance* ditemukan jika *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak melihat lebih atas pengungkapan *Good Corporate Governance* yang telah dilakukan perusahaan. Khasanah dan Sucipto (2020) juga menyatakan hal yang sama jika *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan karena sebagian perusahaan memang telah menerapkan *Good Corporate Governance* akan tetapi dengan implementasi yang masih terbatas dan belum sesuai dengan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*.

Pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan penerapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan juga dapat diperkuat oleh faktor lain salah satunya adalah profitabilitas. Saputri dan Isbanah (2021) menyatakan kebanyakan para investor tertarik dengan perusahaan yang memberikan informasi dalam bentuk data mengenai kinerja keuangan yang disajikan dan dilaporkan melalui *annual report* atau laporan keuangan tahunan. Profitabilitas yang digunakan sebagai pemoderasi dapat memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat menaikkan citra perusahaan, laba dan nilai perusahaan hal ini dapat terlihat dalam harga saham dan akan menguntungkan para pemegang saham (Hakim et al., 2019).

Selain itu kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan juga promosi untuk meningkatkan profitabilitas (Kotler & Lee, 2005). Laba merupakan dampak dari kegiatan *Corporate Social Responsibility*, sehingga informasi laba akan bermanfaat untuk memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan (Sri dan Yosefin, 2021).

Penerapan *Good Corporate Governance* diharapkan dapat meningkatkan pengawasan terhadap manajemen untuk mendorong pengambilan keputusan yang efektif, sehingga dapat meningkatkan profitabilitasnya. Laporan keuangan memuat informasi mengenai profitabilitas perusahaan yang merupakan hasil dari manajemen yang efektif akan membuat para investor dapat meramalkan, membandingkan dan menilai dampak keuangan yang akan timbul dari keputusan investasi yang akan diambilnya. Sehingga informasi profit dapat memperkuat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan (Sri, 2013).

Menurut Novera (2018) dalam hasil penelitiannya menyatakan *Return On Equity* adalah sebuah ratio yang pada umumnya dipakai untuk melihat seberapa efisiensi perusahaan mengelola pendapatan bersihnya. Semakin efisien maka akan semakin besar pendapatan yang dihasilkannya suatu perusahaan, hal ini tentunya berdampak pada meningkatnya kinerja keuangan yang secara tidak langsung pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

*Return on Equity (ROE)* adalah salah satu rasio yang banyak digunakan dalam menentukan kinerja keuangan suatu perusahaan. *Return on Equity* merupakan salah satu indikator dari rasio profitabilitas, *Return on Equity* dipakai untuk mengukur

seberapa efektif sebuah perusahaan menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki. Dalam berbagai penelitian yang telah dilakukan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tolak ukur kesuksesan sebuah perusahaan adalah seberapa besar kemampuan perusahaan tersebut untuk memperoleh laba, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan tersebut dimata para investor begitu pun sebaliknya jika laba yang diperoleh kecil maka kinerja keuangan perusahaan tersebut juga dianggap kurang baik. Karena hasil akhir yang diharapkan dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen suatu perusahaan adalah profitabilitas (Warnida, 2018)

*Return on Equity (ROE)* diukur dengan cara membagi laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas saham pemilik. *Return on Equity* digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian dari investasi yang telah dilakukan oleh para pemegang saham. Semakin tinggi *Return On Equity* maka akan semakin baik kedudukan pemilik perusahaan, sehingga diharapkan hal ini memberikan kesan baik kepada para investor dan dapat meningkatkan harga saham serta berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Warnida, 2018). Table 1.1 adalah hasil perhitungan *Return on Equity* 5 perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang ada di BEI tahun 2019-2021.

**Tabel 1.1 ROE 5 Perusahaan Sektor Property dan Real Estate 2019 s/d 2021**

No.	Emiten	2019	2020	2021
1	BSDE	9%	1%	4%
2	CTRA	7%	8%	11%
3	LPKR	6%	-40%	-7%
4	APLN	1%	2%	-5%
5	SMRA	6%	3%	5%

Sumber: Annual Report 2019-2021 (Diolah Penulis Juni 2022)

Perhitungan Rasio *Return On Equity* 5 perusahaan sektor *property & real estate* berdasarkan *annual report* 2019-2021 menunjukkan hasil yang beragam, hanya PT Ciputra Development, Tbk yang melaporkan kenaikan laba selama 3 tahun berturut-turut sehingga hasil perhitungan *Return On Equity* menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di angka 7%, 8% & 11%, sedangkan PT Bumi Serpong Damai, Tbk & PT Summarecon Agung, Tbk mengalami fluktuasi laba yang cukup besar, pada tahun 2019 Rasio *Return On Equity* PT Bumi Serpong Damai, Tbk adalah sebesar 9% lalu mengalami penurunan tajam pada tahun 2020 ke angka 1% dan 4% ditahun 2021. PT Summarecon Agung, Tbk pada tahun 2019 memiliki rasio *Return on Equity* sebesar 6%, turun menjadi 3% di 2020 dan 5% ditahun 2021.

Situasi pandemi yang tidak terkendali sejak akhir tahun 2019 adalah penyebab melemahnya perekonomian negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Sehingga berakibat pada merosotnya situasi perdagangan di segala sektor usaha termasuk

sektor *property & real estate*, PT Lippo Karawaci, Tbk mungkin adalah salah satu yang paling merasakan dampak dari hal tersebut terlihat dari menurun tajamnya laba perusahaan yang dilaporkan. Dalam *annual report* tahun 2019 tercatat perusahaan melaporkan laba sebesar hampir 2 Triliun dengan rasio *Return on Equity* 6% akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya PT Lippo Karawaci, Tbk melaporkan kerugian yang cukup besar yaitu 9.3 Triliun di 2020 dan 1,6 Triliun pada tahun 2021, hal ini menyebabkan merosotnya rasio *Return on Equity* perusahaan ini menjadi -40% & -7%. Dan yang terakhir adalah PT Agung Podomoro Land di tahun 2019 dan 2020 perusahaan masih mencatat keuntungan dengan rasio *Return on Equity* 1% dan 2% akan tetapi pada tahun 2021 mengalami kerugian sekitar 485 Milyar sehingga rasio *Return on Equity* PT Agung Podomoro Land turun menjadi -5%.

Menurut Sriwidodo (2019) kinerja keuangan atau profitabilitas yang diproksikan dengan rasio *Return On Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2013) yang menyatakan *Return On Equity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *Return On Equity* yang tinggi dapat meningkatkan laba perusahaan yang bisa dibagikan kepada para pemegang saham, dan hal ini dapat membuat para investor tertarik untuk membeli saham, dengan banyaknya permintaan maka harga saham akan naik dan secara otomatis nilai perusahaan juga akan naik.

Sedangkan menurut Noprianto (2017) dalam hasil penelitiannya menyatakan profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memproyeksikan baiknya penerapan *Good Corporate Governance* terkait pengelolaan harta dan ekuitas perusahaan. Selain itu profitabilitas juga dinyatakan mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi tentunya mampu dan memiliki sumber dana yang cukup untuk mendukung kegiatan *Corporate Social Responsibility* serta merupakan tolak ukur penilaian para investor apakah dengan dilakukan *Corporate Social Responsibility* merupakan pemborosan atau tidak.

Berbeda dengan Ayunisari dan Sawitri (2021) dalam penelitiannya menyatakan rasio *Return On Equity* yang digunakan untuk memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan dinyatakan negatif atau tidak berpengaruh, karena profitabilitas saja tidak cukup untuk meningkatkan nilai perusahaan jika tidak diperkuat dengan laporan kegiatan sosial dan masyarakat pada perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tidak konsisten dianggap memberikan sinyal negatif bagi *stakeholders* dalam menilai perusahaan. Akan tetapi *Return on Equity* dinyatakan dapat memoderasi interaksi *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, karena kenaikan nilai *Good Corporate Governance* suatu perusahaan dapat diartikan bahwa tata kelola perusahaan berjalan dengan baik dan perusahaan telah menjalankan prosedur yang telah ditetapkan. Jika perusahaan memiliki nilai *Good Corporate Governance* yang baik maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan suatu keuntungan dan dapat menarik perhatian para investor untuk menamamkan modal pada perusahaan tersebut. Hakim et al.(2019) menyatakan profitabilitas yang diproksi dengan *Return on Assets*

tidak mampu memperkuat *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan akan tetapi mampu mempengaruhi *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh antara *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hadisurja dan Apriwenni (2020) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Ayunisari dan Sawitri (2021) dalam penelitiannya menemukan jika *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan akan tetapi *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan interaksi antara variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan akan tetapi profitabilitas terbukti dapat memoderasi hubungan interaksi antara variabel *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Mustofa and Suaidah (2020) menyatakan berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan. Akan tetapi profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, ditemukan interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susilawati (2019) yang menemukan jika secara parsial pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas yang dipakai sebagai variabel control menunjukkan hasil adanya pengaruh yang signifikan.

Hakim, et al. (2019) dalam penelitiannya menemukan jika nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* akan tetapi *Good Corporate Governance* secara positif mempengaruhi nilai perusahaan, bahwa profitabilitas tidak memiliki peranan dalam menguatkan pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan tapi nilai profitabilitas dapat mendorong *Good Corporate Governance* dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Noprianto (2017) yang menyatakan jika *Good Corporate Governance* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu dalam penelitian tersebut *Good Corporate Governance* dianggap tidak bisa menjadi variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* ditemukan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dianggap secara positif dan signifikan dapat memoderasi hubungan antara pengaruh *Corporate Social Responsibility* & *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan Sriwidodo (2019) dalam penelitian yang dilakukan menemukan jika profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan akan tetapi *Corporate Social Responsibility* & *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah sektor *property* dan *real estate* yang menjadi subyek dalam penelitian ini masih jarang diteliti oleh peneliti lain, terutama terkait variable *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. *Good Corporate Governance* dalam penelitian ini menggunakan IPCG dengan total 109 item pengungkapan, *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini menggunakan GRI-G4 dengan total 91 item pengungkapan dan profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Equity*.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pemilihan sampel perusahaan dari sektor *property* dan *real estate* sub sektor *property* yang telah terdaftar di BEI antara rentang waktu 2019-2021. Perusahaan dari sektor *property* dan *real estate* termasuk salah satu sektor usaha yang terus berkembang dalam kurun waktu beberapa tahun ini dan tetap bisa bertahan menghadapi krisis global selama pandemi *Covid – 19*. Sektor *property* dan *real estate* adalah salah satu sektor usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam dan masyarakat dan sektor ini juga merupakan salah satu sektor yang berhubungan sangat dekat dengan masyarakat sehari-hari (Hakim et al. 2019).

Hal tersebut diatas mendasari penulis untuk melakukan penelitian dan melihat pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* ke nilai perusahaan serta melakukan pengindentifikasian terhadap kuat atau lemahnya pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* bagi kedua variabel tersebut pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 sampai dengan 2021.

Hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten menjadi motivasi penulis untuk melakukan penelitian kembali pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan, selain itu penulis menggunakan variabel moderasi profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity*. Bagi investor, *Return on Equity* adalah jenis *return* paling menarik untuk diketahui. Di antara tiga jenis *return* perusahaan, perhitungan *return on equity* adalah yang paling bersih, karena sudah dipotong berbagai pengeluaran. Sama seperti jenis *return* lainnya, perhitungan *Return on Equity* dapat mencerminkan kinerja perusahaan. Akan tetapi, lebih menunjukkan data perolehan laba bersih dengan modal tertentu. *Return on Equity* adalah salah satu unsur penting demi mengetahui sejauh mana suatu bisnis mampu mengelola permodalan dari para investornya. Apabila perhitungan *Return on Equity* semakin besar, maka reputasi perusahaan pun meningkat di mata pelaku pasar modal. Sebab, usaha tersebut terbukti mampu memanfaatkan bantuan modal dengan sebaik-baiknya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Kesumastuti dan Dewi (2021) yang melakukan penelitian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan usia dan umur perusahaan sebagai pemoderasi, dalam penelitian tersebut penulis menyarankan agar untuk peneliti-peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih mendalam dengan menggunakan variable yang lebih bervariasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan disarankan untuk menggunakan populasi dan sampel dari sektor lain yang lebih besar.

Berdasarkan motivasi, asumsi dan pertimbangan tersebut diatas maka oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” (Studi kasus pada perusahaan sektor *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di BEI 2019 – 2021)

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian mengenai fenomena-fenomena tersebut diatas dapat diidentifikasi masalah-masalah sbb:

1. Rendahnya rasio *Price to Book Value* perusahaan dengan hasil analisa rata-rata masih dibawah 1 secara tidak langsung menunjukkan rendahnya Nilai Perusahaan dari sektor *Property* dan *Real Estate* yang ada di Indonesia saat ini.
2. Masih banyak perusahaan dari sektor *Property* dan *Real Estate* yang tidak menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* sesuai standar IPCG 100% dengan hanya melakukan pengungkapan rata 50 – 83% hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan *property* dan *real estate* belum sesuai standar yang ditetapkan *GRI-G4*, terlihat dari hasil perhitungan rasio masih ada yang dibawah 50%. Hal ini menunjukkan masih rendahnya kesadaran perusahaan dari sektor *Property* dan *Real Estate* terhadap tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat
4. Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* menunjukkan hasil dibawah standar 5%, bahkan terdapat perusahaan dengan *Return on Equity* -40% ditahun 2020.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan-pembatasan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indeks *GRI-G4* dengan total 91 item pengungkapan.
2. *Good Corporate Governance* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan IPCG dengan total 109 item pengungkapan.
3. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return on Equity*.
4. Sektor industri yang digunakan dalam penelitian ini adalah sektor *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 s/d 2021.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas maka penelitian ini akan dilakukan untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, maka penulis merumuskan masalah dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan?

2. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
6. Apakah Profitabilitas memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?

### **1.5 Tujuan Penelitian.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal berikut:

1. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Nilai perusahaan.
3. Menanalisis pengaruh *Good Corporate Governance* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
4. Menganalisis pengaruh Profitabilitas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
5. Menganalisis Profitabilitas sebagai pemoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
6. Menganalisis Profitabilitas sebagai pemoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Perusahaan yang *Go Public*  
Untuk perusahaan yang telah *Go Public* manfaat dari penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dalam melakukan evaluasi mendalam terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan sehingga diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.
2. Manfaat bagi Investor  
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada para Investor, sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan sangat perlu untuk melakukan analisa mendalam terkait komponen-komponen yang dilaporkan dalam *Annual Report*, karena tidak semua pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan baik seperti *Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap harga saham atau Nilai dari suatu perusahaan.

3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat dan berkontribusi dalam perkembangan ilmu yang dipelajari di Fakultas Ekonomi konsentrasi ilmu akuntansi maupun ilmu manajemen, diharapkan juga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang bermaksud melakukan penelitian dengan variabel yang sama.