
Pengaruh Karakteristik GCG Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan Yang Terdaftar Pada LQ45 BEI Periode 2017 – 2018 Menggunakan Asimetri Informasi Sebagai Variabel Intervening

¹Nugroho Budi Wirawan, ²Negina Kencono Putri

^{1,2} Master of Accounting Study Program Faculty of Economic,
Jenderal Soedirman University

Article Info

Article history:

Received July 30, 2020

Accepted February 21, 2022

Keywords:

GCG, asimetri, CSR

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini menganalisis karakter GCG pada pengungkapan CSR perusahaan pada LQ45 BEI periode 2017-2018, variabel intervening menggunakan asimetri informasi. Sejumlah sampel sebesar 45 perusahaan, alat analisis yang digunakan adalah SPSS serta metode analisis data dengan pengujian normalitas data, pengujian heterokedastisitas, pengujian multikolinieritas, serta pengujian regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini mengungkapkan secara data GCG tidak memiliki pengaruh signifikan pada asimetri informasi. Asimetri informasi memiliki pengaruh yang signifikan pada CSR.



© 2022 by the authors; licensee FEB UMP. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Corresponding Author:

Nugroho Budi Wirawan,
Master of Accounting Study Program Faculty of Economic,
Jenderal Soedirman University,
Email: nugrohobudi1307@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Keadaan global saat ini yang sudah tidak dapat diketahui tingkat kemiskinan suatu Negara yang semakin tinggi, buruknya tingkat kesehatan warga dan tuntutan yang tinggi pada suatu instansi pemerintah maupun swasta yang menimbulkan seluruh instansi harus memperhatikan social tanggung jawab (social responsibility) kepada seluruh pemangku kepentingan antara lain konsumen, pekerja, perkumpulan masyarakat, penanam modal, pemerintahan, dan distributor, hal ini dilakukan untuk memunculkan pola kesadaran dari instansi untuk peduli terhadap keadaan sekitar atau sering disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR).

Didasarkan pada teori CSR, CSR adalah pusat etika dari bisnis, yang pada dasarnya pada perusahaan tidak mempunyai kewajiban yang ekonomi dan legalitas pada pemegang saham. Namun perusahaan memiliki suatu kewajiban pada pihak yang memiliki kepentingan. Kegiatan yang

dilakukan perusahaan tidaklah lepas terhadap kenyataan bahwa perusahaan tidak dapat hidup, operasi, serta bertahan untuk mendapatkan keuntungan tanpa dukungan dari pihak lain. CSR akan memberikan kepedulian dari instansi pada kepentingan pihak secara luas dibandingkan hanya untuk kepentingan instansi tersebut. CSR mengerucut pada hubungan semua perusahaan terhadap konsumen, pekerja, perkumpulan masyarakat, penanam modal, pemerintahan, dan distributor serta pesaingnya. Kepedulian dari perusahaan dilihat pada komitmen instansi untuk dapat bertanggung jawab terhadap dampak yang terjadi pada aktivitas ekonomi, lingkungan serta social.

Perusahaan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, keuntungan sosial, tetapi keberlangsungan usaha tersebut dapat berlangsung dengan baik dan secara tidak langsung akan mencegah konflik yang merugikan dan meningkatkan kualitas masyarakat sekitar (termasuk karyawan, pemasok, dan pelanggan) serta lingkungan yang menjadi pemangku kepentingan atau stakeholder. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut beroperasi.

Corporate Social Responsibility bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal tersebut diatur dalam pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diberlakukannya UU PT tersebut, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat dan bagi perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosialnya tersebut akan dikenai sanksi.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: Barangsiapa yang melawan hukum dengansengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah (Bandi, 1999).

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan (Corporate Social Responsibility) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor. Pemahaman ini disebut dengan 3P (Profit,

People, Planet), yang dikemukakan oleh John Elkington atau yang terkenal dengan konsep the triple bottom line. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin berlanjut, maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma (Profit) yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (People) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (Planet) (Hadi, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Nalina, et.al (2016), dalam hasil penelitiannya CSR-Ekonomi yang diukur dengan CSRDEkonomi dalam pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap abnormal return. Sementara, CSR-Lingkungan yang diukur dengan CSRDLingkungan dalam pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap abnormal return dan CSR-Sosial yang diukur dengan CSRDSosial dalam pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap abnormal return. Secara simultan, ketiga variable CSR tersebut berpengaruh terhadap abnormal return.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan Corporate Social Responsibility, antara lain: (1) sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang, (2) memperkuat profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan, (3) meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen, (4) meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan, (5) menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan, (6) meningkatnya reputasi, goodwill dan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Lako, 2011:90).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial disamping memiliki manfaat bagi perusahaan, juga memiliki risiko, yaitu: kandungan biaya sosial yang relatif besar, terjadi kontradiksi dengan kepentingan shareholder, serta mengganggu profitabilitas perusahaan (Hadi, 2009 dalam Hadi, 2011: ix).

Kemauan baik, komitmen dan kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana untuk aktivitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, yaitu: produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor, Corporate Social Responsibility dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan dan citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Cahya, 2010).

Meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Oleh karena itu untuk menarik minat investor maka perusahaan perlu untuk melakukan pengungkapan CSR sebagai bentuk informasi yang bermanfaat untuk keputusan investasi.

Perkembangan CSR di Indonesia awalnya masih dipahami secara sederhana yaitu sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Sejalan dengan bergulirnya waktu CSR menjadi tuntutan tak terelakkan seiring dengan bermunculannya tuntutan komunitas terhadap perusahaan seperti terjadinya konflik antara masyarakat dan perusahaan. Bentuk kegiatan CSR di Indonesia bervariasi dan didorong oleh beragam motivasi seperti kegiatan CSR yang mengacu pada undang-undang, ada pula yang dilakukan secara sukarela, dilakukan karena promosi, bergantung pada niat korporat.

Kualitas pelaporan keuangan merupakan hal yang sangat penting bagi para pemangku kepentingan secara keseluruhan. Salah satunya terkait efisiensi investasi. Kualitas pelaporan keuangan yang tinggi dapat mengurangi asimetri informasi yang muncul dalam hubungan keagenan. Semakin tinggi kualitas pelaporan keuangan, maka informasi perusahaan semakin terefleksikan dengan baik

dalam laporan keuangan tersebut sehingga asimetri informasi yang terjadi akan semakin kecil. Kondisi ini dapat membantu pengambilan keputusan investasi perusahaan menjadi lebih efisien (Rahmawati, 2014).

Adanya masalah asimetri informasi membuat manajer semakin menguasai informasi yang terdapat pada perusahaan dan pihak pemegang saham semakin kesulitan dalam mencari informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Kondisi yang demikian merupakan kondisi yang tidak menguntungkan bagi pihak pemegang saham. Hal ini dikarenakan asimetri informasi dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba yang berakibat seorang manajer mempunyai perilaku oportunistik. Perilaku ini membuat manajer bertindak untuk mencapai kepentingannya sendiri tanpa berpikir untuk meningkatkan nilai perusahaan. Adanya asimetri informasi mengakibatkan seorang manajer mempunyai informasi yang lebih baik mengenai masa depan perusahaan dibandingkan dengan pemegang saham. Sehingga pemegang saham cenderung membuat persepsi yang berbeda dengan manajer mengenai laba perusahaan dimasa mendatang (Rahmawati, 2014).

Good Corporate Governance (GCG) merupakan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditur, pemerintah, karyawan, dan stakeholders lainnya agar seimbang hak dan kewajibannya (publikasi FCGI). GCG bertujuan untuk mengatur perusahaan agar dapat menciptakan nilai tambah bagi semua stakeholders-nya. Perusahaan harus memperhatikan hal tersebut karena dalam operasionalnya perusahaan tidak hidup sendiri, melainkan bersama lingkungan sekitar. Oleh karena itu perusahaan harus menjaga lingkungannya agar secara timbal balik, baik perusahaan maupun masyarakat tidak ada yang dirugikan.

Terdapat empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep GCG, yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, dan *fairness*. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *good corporate governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga mampu mengurangi aktivitas menyimpang seperti rekayasa isi laporan keuangan yang tidak menggambarkan nilai yang sebenarnya (Kaihatu, 2006). Selain itu, prinsip *responsibility* dalam penerapan GCG juga dapat mendorong pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Definisi *Good Corporate Governance* menurut Cadbury Committee yaitu suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan mengatur hubungan berbagai pihak di dalam maupun luar perusahaan (seperti pemegang saham, pengelola perusahaan, kreditur, pemerintah, dan karyawan) sehingga terpelihara kepentingan dan tujuan masing-masing pihak.

Definisi yang tidak jauh berbeda juga dinyatakan oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*), menyatakan bahwa *Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang bertujuan untuk mengendalikan dan mengarahkan perusahaan agar dapat mendistribusikan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan dengan baik sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemegang kepentingan (*stakeholders*).

Inti dari *corporate governance* adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku (Kaihatu, 2006). Pengimplementasian *Good Corporate Governance* memerlukan komitmen dari seluruh elemen organisasi dan kepatuhan terhadap aturan-aturan yang mengikat di dalamnya.

Perhatian terhadap GCG yang lebih besar berawal dari terjadinya krisis besar yang melanda Asia. Di Indonesia krisis terjadi dalam jangka waktu yang lama jika dibandingkan dengan negara-negara lain.

Menurut kajian yang dilakukan oleh Asian Development Bank (ADB) dikutip dari Kaihatu (2006) terdapat beberapa faktor yang memberi kontribusi pada krisis di Indonesia. Pertama, konsentrasi kepemilikan perusahaan yang tinggi; kedua, tidak efektifnya fungsi pengawasan dewan komisaris, ketiga; inefisiensi dan rendahnya transparansi mengenai prosedur pengendalian merger dan akuisisi perusahaan; keempat, terlalu tingginya ketergantungan pada pendanaan eksternal; dan kelima, ketidakmemadainya pengawasan oleh para kreditur.

Melihat kondisi di atas, pemerintah berusaha mendorong penerapan GCG pada perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui beberapa peraturan yang dikeluarkan. Tahun 1999, Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance (KNKCG) yang dibentuk berdasarkan Keputusan Menko Ekuin Nomor: KEP/31/M.EKUIIN/08/1999 mengeluarkan Pedoman Good Corporate Governance yang pertama. Pedoman tersebut telah beberapa kali disempurnakan, terakhir pada tahun 2001. Berdasarkan pemikiran bahwa suatu sektor ekonomi tertentu cenderung memiliki karakteristik yang sama, maka pada awal tahun 2004 dikeluarkan Pedoman GCG Perbankan Indonesia dan pada awal tahun 2006 dikeluarkan Pedoman GCG Perasuransian Indonesia.

2. METODE

Populasi

Populasi dalam penelitian ini mengambil perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2018.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2018 sejumlah 45.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Melalui metode dokumentasi didapat laporan keuangan bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan Analisis Regresi menggunakan program SPSS.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
GCC	45	3,21	,04	3,25	1,3284	,03397	,62179	,387
Asimetri	45	45,69	-4,04	41,65	10,4702	,49528	9,06511	82,176
CSR	45	1,00	,00	1,00	,7433	,02390	,43748	,191
Valid N (listwise)	45							

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai GCC sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa GCC pada nilai perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini memiliki hasil yang kurang bagus karena rata-rata sebesar 3% pertahunnya. Sampel perusahaan yang memiliki rata-rata sebesar 49% adalah variabel asimetri, hal ini menggambarkan perusahaan yang menjadi sampel memiliki pendapatan sebesar 49%.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.52338378
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.027
Kolmogorov-Smirnov Z		1.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov test diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Kolmogorov Smirnov Z sebesar 1,210 dengan signifikasi 0,107, data signifikasi tersebut menunjukan lebih kecil dari 0,05 yang menyatakan bahwa nilai residual tersebut terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,251	,078		16,009	,000		
	GCC	-,041	,077	-,029	-,531	,596	,999	1,001
	Asimetri	,010	,004	,150	2,756	,006	,999	1,001

a. Dependent Variable: CSR

Dari data diatas mempunyai tolerance lebih kecil dari 0,5 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka suatu regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa data diatas (variabel bebas) memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan hasil uji tersebut maka tidak terjadi gejala multikolinieritas

Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,524	,047		11,238	,000
GCC	,036	,046	,042	,776	,438
Asimetri	,001	,002	,034	,614	,540

a. Dependent Variable: ABRESID

Berdasarkan tabel diatas hasil output SPSS dengan jelas menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen dengan nilai ABRESID. Dari signifikan diatas tingkat kepercayaannya 0,05. Hal ini menunjukkan model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,251	,078		16,009	,000
GCC	-,041	,077	-,029	-,531	,596
Asimetri	,010	,004	,150	2,756	,006

a. Dependent Variable: CSR

Nilai Perusahaan = 1,251 – 0,041 CSR + 0,010 Asimetri

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai 0,596 adalah variabel GCC, yang artinya hipotesis diterima apabila nilai signifikansi < 0,05, hipotesis ditolak apabila nilai signifikansi > 0,05, dapat dilihat dari tabel diatas, variabel GCC memiliki nilai signifikansi sebesar 0,596 yang artinya > 0,05.

Nilai 0,006 adalah variabel Asimetri yang artinya hipotesis diterima apabila nilai signifikansi < 0,05, dan hipotesis ditolak apabila nilai signifikansi > 0,05. Dapat dilihat dari tabel diatas, variabel asimetri memiliki nilai signifikansi 0,006 yang artinya < 0,05.

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,039	2	1,519	4,000	,019 ^a
	Residual	126,095	42	,380		
	Total	129,133	44			

a. Predictors: (Constant), Asimetri, GCC

b. Dependent Variable: CSR

Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar 6,544 dengan angka signifikansi (P value) sebesar 0,019. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi (P value) sebesar $0,019 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti variabel GCC dan asimetri mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel CSR. Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar 6,544 dengan angka signifikansi (P value) sebesar 0,019. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi (P value) sebesar $0,019 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti variabel GCC dan asimetri mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel CSR.

Uji t

Variabel	Hasil Uji		
	T Hitung	T Tabel	Hasil
GCC	-0.531	1.967	Tidak Signifikan
Asimetri	2.756	1.967	Signifikan

Variabel GCC memiliki nilai T hitung sebesar -0.531, sedangkan kriteria pada uji T adalah nilai T hitung lebih besar dari T tabel ($T \text{ Hitung} > T \text{ Tabel}$), sedangkan nilai T Tabel sebesar 1.967. sehingga atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 diterima atau berarti variabel GCC tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel CSR.

Variabel asimetri memiliki nilai T hitung sebesar 2.756, sedangkan kriteria pada uji T adalah nilai T hitung lebih besar dari T tabel ($T \text{ Hitung} > T \text{ Tabel}$), sedangkan nilai T Tabel sebesar 1.967. sehingga atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti variabel asimetri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel CSR.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis GCC Terhadap Asimetri

Untuk mengetahui tingkat signifikansi koefisien korelasi pengaruh variabel GCC nilai maka diuji dengan uji regresi.

Berdasarkan perhitungan dari uji regresi maka dapat dihasilkan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,596 yang lebih besar dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar -0,041.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi GCC, maka tidak akan semakin tinggi Asimetri. Hal ini dapat dimungkinkan karena nilai GCC yang tidak lengkap menunjukkan masalah dalam perusahaan dan berakibat menyebabkan terjadinya penurunan asimetri.

GCC memiliki peranan penting dalam asimetri, karena masyarakat maupun perusahaan melihat nilai dari perusahaan dari asimetri yang diberikan.

Analisis Asimetri Terhadap CSR

Untuk mengetahui tingkat signifikansi koefisien korelasi pengaruh variabel asimetri maka diuji dengan uji regresi.

Berdasarkan perhitungan dari uji regresi maka dapat dihasilkan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,010.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi asimetri, maka akan semakin tinggi CSR. Hal ini dikarenakan kinerja perusahaan yang baik karena memanfaatkan aktiva yang dimilikinya untuk memperoleh laba sehingga akan meningkatkan CSR.

Semakin tinggi asimetri sebuah perusahaan, maka akan semakin baik pula nilai sebuah perusahaan. Sehingga peningkatan asimetri perusahaan sangat penting untuk dipertahankan.

Berisi hasil-hasil studi empiris atau teoritis yang ditulis secara sistematis, analisis kritis, dan informatif. Penggunaan tabel, gambar, dll. Hanya untuk mendukung atau mengklarifikasi diskusi dan hanya terbatas untuk mendukung informasi penting, misalnya, tabel uji statistik, hasil pengujian model, dll. Diskusi hasil harus argumentatif mengenai relevansi hasil, teori, penelitian sebelumnya, dan fakta empiris, serta menunjukkan kebaruan temuan

4. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan GCC tidak berpengaruh signifikan terhadap asimetri. asimetri berpengaruh signifikan terhadap CSR. Pada penelitian ini dihasilkan GCC dan asimetri memiliki proporsi pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 1,8% sedangkan sisanya 98,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam model regresi linier, sehingga masih membutuhkan penelitian lebih lanjut. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya tidak terpaku pada dua faktor dalam penelitian ini yaitu GCC dan asimetri. Namun peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi CSR seperti konservatisme dan relevansi nilai.

5. REFERENSI

- Bandi Dan Hartono jogiyanto. 1999. Perilaku Reaksi Harga Dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Pengumuman Dividen. Simposium Nasional Akuntansi II Unibraw.
- Cahya, Bramantya adhi. 2010. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pada Bank Di Indonesia Periode Tahun 2007-2008. Skripsi S1 Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Finandita, Bambang dan Neginia. 2016. "The Influence of CSR Disclosure on Abnormal Return Mining Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung, 2016
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hendrawijaya, Michael Dj. 2009. Analisis Perbandingan Harga Saham, Volume Perdagangan Saham, Dan Abnormal Return Saham Sebelum Dan Sesudah Pemecahan Saham Pada Perusahaan Go Public Yang Melakukan Pemecahan Saham Antara Tahun 2005 2008 Di BEI . Tesis S-2 Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. Skripsi S1 Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Lako, Andreas. 2011. Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Listyanti, Annavianti. 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Reaksi Investor: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2008-2009. Skripsi S1 Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi X Universitas Syiah Kuala.
- Paranita, E. S. 2007. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan .ASET. Volume 9 Nomor 2. Agustus : 464-493.

- Rustiarini. 2010. Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility Dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIII Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Sarwono, jonathan. 2006. Teori Analisis Regresi Linier Mengenal Analisis Regresi. Weblog at <http://www.jonathansarwono.info/regresi/regresi.htm>. Diakses tanggal 25 Maret 2020.
- Sayekti, Yosefa & Wondabio, Ludavicus Sensi. 2007. Pengaruh Csr Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient pada perusahaan yang terdaftar di BEJ. Simposium Nasional Akuntansi X Unhas, Makassar.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta . Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan.
- Syamsudin dan Betik Kusuma Wardani. 2018. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. ISSN: 2621 - 1572
- Wahyudi, Isa. Dan Azheri Busyra. 2008. Corporate Social Responsibility. Malang: Setara Press