

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG MASUK DALAM DAFTAR EFEK SYARIAH (DES) PERIODE TAHUN 2018-2022

Maulana Yusuf¹, Solichah², Fasya Febrian³

maulanayusuf@uinjambi.ac.id¹, solichah@uinjambi.ac.id², febrianFasya507@gmail.com³

UIN STS Jambi

ABSTRAK

Pada saat ini, ada banyak sekali perusahaan baru yang berdiri di Indonesia. Seluruh perusahaan tersebut memiliki tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan suatu perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) dapat dikatakan sebagai kunci sukses perusahaan untuk tumbuh dan menguntungkan dalam waktu jangka panjang. Dengan menciptakan nilai tambah kepada semua stakeholdernya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang masuk dalam Daftar Efek Syariah. Metode penelitian ini kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 10 perusahaan dan menggunakan metode judgment sampling dengan memilih berdasarkan penilaian yang masuk kriteria. Analisis Regresi Berganda digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan analisis data dalam penelitian variabel-variabel tersebut valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik dengan distribusi normal tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Nilai retention penelitian ini adalah 42% dan sisanya sebesar 58% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG), Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

At this time, There are lots of new companies founded in Indonesia. All these companies have short-term and long-term goals. The goal of a company is to increase company value. Implementing Corporate Social Responsibility (CSR) and Good Corporate Governance (GCG) can be said to be the key to a company's success in growing and being profitable in the long term. By creating added value to all stakeholders. The purpose of this research is to determine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Good Corporate Governance (GCG) on Company Value in Companies that are included in the Sharia Securities List. This research method is quantitative. The number of samples in this research was 10 companies and used the judgment sampling method by selecting based on assessments that met the criteria. Multiple Regression Analysis is used as a data analysis technique. The research results show that Corporate Social Responsibility (CSR) and Good Corporate Governance (GCG) have a positive and significant effect on company value. Based on data analysis in research, these variables are valid and reliable. In testing classical assumptions with normal distribution, multicollinearity and heteroscedasticity do not occur. The retention value of this research is 42% and the remaining 58% is influenced by other variables outside this research. CSR has a significant positive effect on company value. GCG has a significant positive effect on company value

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR) and Good Corporate Governance (GCG), Company Values.*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, ada banyak sekali perusahaan baru yang berdiri di Indonesia. Seluruh perusahaan tersebut memiliki tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek suatu perusahaan ialah untuk mendapat untung sebesar-besarnya dengan sumber daya yang ada. Tujuan dalam jangka panjang perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi untuk menjamin keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

Tujuan suatu perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Suatu perusahaan mempunyai nilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik pula. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar yang dapat diketahui melalui harga saham penutupan (closing price). Harga saham penutupan atau Closing Price merupakan harga perdagangan terakhir untuk suatu periode. Harga saham dapat diartikan sebagai suatu harga yang terbentuk dari hubungan antara penjual dan pembeli saham dengan harapan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu, dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan, seorang manager keuangan harus dapat memaksimalkan nilai saham perusahaan.

Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan tersebut memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat dalam penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 195 yang berbunyi:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ١٩٥

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri kedalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”. (Q.S Al-Baqarah [1]: 195).

Dari ayat tersebut, Allah SWT telah mengajarkan kepada kita bahwa Agama Islam telah mengatur ketentuan tentang tanggung jawab manusia terhadap sesama manusia dan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, tanggung jawab perusahaan terfokus kepada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau bias disebut Corporate Social Responsibility (CSR). CSR ialah suatu konsep dimana perusahaan memfokuskan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela. Kepedulian perusahaan itu terlihat dari komitmen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan segala dampak dari aktivitas usahanya.

Allah SWT berfirman dalam surat Al-Mukminun ayat 8 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

“(Sungguh beruntung pula) orang-orang yang memelihara amanat dan janji mereka” (Q.S Al-Mu'minun [23]: 8).

Maksud ayat diatas, dan orang-orang yang selalu menjaga amanah dan menepati janji, dan orang-orang yang senantiasa mendirikan shalat pada waktunya dengan menyempurnakan rukun-rukunnya. Mereka yang memiliki derajat yang tinggi itu akan mewarisi surga, mewarisi tempatnya yang paling mulia, dan mereka akan tinggal di

dalamnya selama-lamanya.

Surah An-Nisa ayat 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨ (النساء/4: 58)

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (An-Nisa [4] : 58) .

Maksud ayat diatas Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Corporate Social Responsibility (CSR) juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati.

Corporate Social Responsibility (CSR) pada awalnya tidak disambut dengan baik oleh perusahaan, karena dianggap dapat memboroskan pengeluaran perusahaan. Namun pada saat ini, Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu andalan utama terkait dengan bisnis perusahaan sehingga banyak perusahaan yang mulai fokus untuk melakukan Corporate Social Responsibility (CSR). Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan investasi bagi perusahaan demi keberlanjutan perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya, melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (feasible advancement) . Pembangunan berkelanjutan adalah proses pembangunan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan kebutuhan masa depan. Untuk perusahaan yang konsisten melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR), akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari partners (corporate picture) terhadap perusahaan yang bersangkutan. Setiap perusahaan harus dan wajib melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) karena telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan sosial yang buruk maka akan direspons negatif melalui penurunan harga saham.

Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) bagi perusahaan salah satunya yaitu dapat Meningkatkan Harga Saham. Apabila perusahaan rutin melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR), masyarakat bisnis (investor), pemerintah, akademisi, ataupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi permintaan terhadap saham perusahaan. Harga saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat. Selain Corporate Social Responsibility (CSR), suatu perusahaan juga harus menerapkan Good Corporate Governance (GCG) agar manajemen perusahaan tersebut mampu bersaing demi keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Good corporate governance (GCG) dapat dikatakan sebagai kunci sukses perusahaan untuk tumbuh dan menguntungkan dalam waktu jangka panjang. Good corporate governance (GCG) dapat diartikan sebagai suatu sistem yang mengatur perusahaan untuk menciptakan nilai tambah kepada semua stakeholdernya. Praktek dari Good corporate governance (GCG) ini dapat menyebabkan peningkatan nilai perusahaan.

Good corporate governance (GCG) merupakan suatu konsep yang diajukan untuk mengatasi masalah keagenan. Good corporate governance (GCG) menciptakan mekanisme dan alat control untuk memungkinkan terciptanya system pembagian keuntungan dan

kekayaan yang seimbang bagi stakeholder dan meningkatkan efisiensi bagi perusahaan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Adanya Good corporate governance (GCG) akan meyakinkan investor bahwa perusahaan telah dikelola dengan baik oleh manajemen untuk kelangsungan hidup perusahaan dan juga untuk kepentingan para pemegang sahamnya. Semakin baik kinerja corporate governance sebuah perusahaan, maka baik pula kinerja operasional perusahaan. Penilaian dalam melaksanakan Good corporate governance (GCG) di Indonesia dilakukan oleh lembaga independen. Lembaga tersebut adalah Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI). Penilaian itu sendiri dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner dan akan dijawab oleh pihak manajemen perusahaan.

Daftar Efek Syariah merupakan kumpulan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dipasar modal, yang ditetapkan oleh Bapepam-LK atau pihak yang disetujui Bapepam-LK. DES diterbitkan secara berkala yaitu pada akhir Mei dan November setiap tahunnya. Dewan Komisioner Otoritas Jasa keuangan (DK-OJK) secara berkala dua kali dalam setahun menerbitkan keputusan yang terkait dengan penetapan Daftar Efek Syariah (DES) setelah melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan Emitmen dan perusahaan publik.

Perusahaan yang masuk dalam Daftar Efek Syariah menurut Keputusan Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan Nomor KEP-52/D.04/2023. Berjumlah 574 perusahaan. Pada penelitian ini penulis hanya meneliti perusahaan yang bentuk badannya Perseroan Terbatas (PERSERO) dikarenakan beberapa alasan, yaitu: Pertama, khusus untuk perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) ada yang disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dari 574 perusahaan terdapat 10 perusahaan yang bentuk badannya Perseroan Terbatas (Persero) dan yang masuk kriteria yang baik.

Perusahaan yang terdaftar efek syariah yang tidak aktif dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good corporate governance (GCG) di anggap tidak peduli terhadap sosial dan lingkungan. Hal ini akan berdampak negatif terhadap pelanggan/investor maupun masyarakat luas. Tergantung dari berjalan atau tidaknya program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good corporate governance (CGC) tersebut, untuk meneliti dana Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good corporate governance (GCG) dari tahun ketahun, dana CSR itu apakah berdampak terhadap Harga saham perusahaan tersebut. Berikut ini data tentang Dana Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance. GCG bisa diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Indonesian Institute of Corporate Governance (IICG) berupa Corporate Governance Perception Index (CGPI) yang diterbitkan di majalah SWA, antara lain:

Tabel 1. Kode Perusahaan, Dana CSR, Harga saham, Skor GCG

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga saham (per lembar)	Dana program CSR (dalam milliar)	Skor GCG (dalam persen)
1.	TLKM PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	2018	3.750	Rp.425,66	96,2
		2019	3.970	Rp418,20	97,3
		2020	3.310	Rp397,14	97,9
		2021	4.040	Rp345	98,5
		2022	3.750	Rp372,24	99
2.	TINS PT. Timah Tbk.	2018	755	Rp 71	91,49
		2019	825	Rp 58,88	90,02
		2020	1.485	Rp59,58	90,45
		2021	1.455	Rp54,31	90,64
		2022	1.170	Rp 53,4	92,18
3.	MDKA PT. Semen Baturaja Tbk.	2018	1,00	Rp49,86	84
		2019	1.070	Rp26,84	91
		2020	2.430	Rp33,12	93,5
		2021	3.890	Rp16,65	94,8
		2022	4.120	Rp16,26	96,6
4.	INTP PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.	2018	18.450	Rp 44,5	70,55.
		2019	19.025	Rp21,3	75,5
		2020	14.475	Rp14,2	78,8
		2021	12.100	Rp12,6	79,5
		2022	9.900	Rp 11,8	85,10
5.	UNTR PT. United Tractors Tbk.	2018	27,350	Rp 180	79,6
		2019	19,925	Rp 153	82,4
		2020	26,600	Rp 160	86,8
		2021	22,150	Rp 175,7	89,5
		2022	26,075	Rp 179,4	90,2
6.	PT. Indofarma Tbk.	2018	170,324	Rp25,6	90,17
		2019	42,000	Rp 20,5	93,94
		2020	7,350	Rp 58,7	96,60
		2021	4,110	Rp 60,1	98,8
		2022	4,700	Rp 61,2	97,15
7.	ANTM PT. Aneka Tambang Tbk.	2018	765	Rp114,85	97,01
		2019	840	Rp112,73	98,28
		2020	1,935	Rp111,15	98,34
		2021	2.250	Rp102,08	98,01
		2022	1.985	Rp142,93	98,60
8.	PTBA PT. Bukit Asam Tbk	2018	4.300	Rp130,2	86,10
		2019	2.660	Rp115.16	97,50
		2020	2.810	Rp143.29	96,10
		2021	2.710	Rp166.20	97,62

		2022	3.690	Rp208.88	97,30
9.	SMGR PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.	2018	11.500	Rp174.65	93,4
		2019	12.000	Rp 147.93	94,54
		2020	12.425	Rp 125.96	95,08
		2021	7.250	Rp112.73	95.25
		2022	6.575	Rp112	96,08
10.	PT Waskita Kaya Tbk	2018	8.925	Rp210	88,6
		2019	6.625	Rp631.42	89,9
		2020	7.000	Rp230	90,5
		2021	10.050	Rp 334	94,5
		2022	11.025	Rp 460	96,8

Sumber: Laporan Tahunan

Berdasarkan data diatas, dana Corporate Social Responsibility (CSR) dan Skor GCG mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun ketahunnya sehingga penulis tertarik untuk membandingkan data Corporate Social Responsibility (CSR) maupun Good Corporate Governance (GCG) dari 10 perusahaan di atas. Peneliti mengambil objek penelitian pada 10 perusahaan Persero yang masuk dalam daftar efek syariah (DES) dan sahamnya aktif diperdagangkan selama periode tahun 2018-2022.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan dengan cara mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivis digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini analisis statistik yang digunakan dapat berupa statistic deskriptif dan enferensial/induktif. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Daftar Efek Syariah (DES)

Adalah kumpulan efek yang tidak melanggar dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah di Pasar Modal, yang ditetapkan oleh Bapepam-LK atau pihak lain yang telah disetujui oleh Bapepam-LK. Daftar Efek Syariah (DES) adalah panduan investasi bagi reksa dana syariah dalam menempatkan dana kelolaannya dan dapat juga dipergunakan oleh investor yang berkeinginan untuk berinvestasi pada portofolio efek syariah. Daftar Efek Syariah (DES) diterbitkan secara berkala yaitu pada akhir Mei dan November setiap tahunnya.

Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (DK-OJK) dalam kurun waktu dua kali dalam satu tahun akan menerbitkan keputusan terkait dengan penetapan Daftar Efek Syariah (DES). Hal tersebut dilaksanakan setelah DK-OJK melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan Emiten dan Perusahaan Publik. Daftar Efek Syariah (DES) diputuskan oleh OJK setelah mendapatkan pertimbangan dari Kepala Eksekutif Pengawas Pasar modal terkait penyesuaian batas waktu penyampaian laporan keuangan tahunan bagi emiten dan

perusahaan publik, dan penyesuaian waktu penetapan Daftar Efek Syariah (DES) .

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 35/POJK.04/2017 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah (DES), yang dimaksud dengan Efek adalah surat berharga yang berupa surat berharga komersial, surat pegakuan hutang, saham, tanda bukti utang, obligasi, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, dan setiap derivatif dari Efek.

Perusahaan yang terdaftar dalam Daftar Efek Syariah menurut KEPUTUSAN DEWAN KOMISIONER OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR KEP-52/D.04/2023. Perusahaan itu sendiri berjumlah 574 perusahaan.

2. PT. Telkom Indonesia Tbk.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi digital telecommunication company, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (customer-oriented). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih lean (ramping) dan agile (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan customer experience yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi legacy yang sudah ada sebelumnya.

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

1. Digital Connectivity: Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite
2. Digital Platform: Data Center, Cloud, Internet of Things (IoT), Big Data/ Artificial Intelligence (AI), Cybersecurity
3. Digital Services: Enterprise, Consumer.

Untuk menjawab tantangan industri digital, mendukung digitisasi nasional dan untuk menginternalisasi agenda transformasi, maka Telkom telah menajamkan kembali Visi, dan Misi nya.

VISI : Menjadi digital telkom pilihan utama untuk memajukan masyarakat

MISI :

1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik

Kerangka Program Corporate Social Responsibility (CSR) TELKOM

Telkom telah menjalankan kebijakan dan strategi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) melalui Program utama “SHARE” yang sejalan dengan nilai

utama GCG & ISP 26000 untuk mendukung pencapaian target Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), dengan rincian sebagai berikut:

1. Sustaining digital community education to support crowdsourcing proliferation. : Mendorong keberlanjutan klaster digital Pendidikan melalui perintisan digitalisasi edukasi masyarakat, talenta Indonesia, dan infrastruktur digital inklusi Pendidikan.
2. Harnessing SME digital transformation to drive economic growth. : Mengoptimalkan klaster digital UMK melalui pembentukan UMK Millenials, peningkatan kapasitas UMK Binaan berdasarkan pendekatan Go Modern – Go Digital – Go Online – Go Global, pengembangan digital platform UMK, dan peningkatan kualitas salur dan collection.
3. Accelerating synergy initiative to foster smart digital ecosystem : Mewujudkan digitalisasi aspek kehidupan masyarakat menuju klaster masyarakat digital melalui sinergi kelembagaan, penyelenggaraan infrastruktur ekosistem desa digital, dan pemberdayaan komunitas.
4. Revitalizing excellent TJSL digitalization and data analytics : Memperkuat upaya digitisasi dan digitalisasi pengelolaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan melalui peningkatan dan pemeliharaan sistem informasi, pemanfaatan data analytics dan decision support system dalam pengambilan keputusan strategis.
Enabling strong TJSL branding governance, & reporting management
5. : Menyelaraskan implementasi tata Kelola dan kepatuhan serta peningkatan positive image TJSL perusahaan melalui pengelolaan mutu dan proses, penguatan komunikasi dan branding, pelaporan kinerja dan pengawalan audit, serta dukungan pelayanan dan operasionalisasi TJSL

Program TJSL menjadi salah satu upaya Telkom untuk berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan. Melalui Program TJSL, Telkom menjalankan Langkah strategis dalam bidang sosial dan lingkungan guna mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), yaitu :

1. Bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan.
2. Program penanggulangan kelaparan dan menghilangkan segala bentuk kekurangan gizi.
3. Dukungan penanggulangan pandemi COVID-19.
4. Dukungan infrastruktur digital untuk inklusi Pendidikan.
5. Edukasi talenta digital untuk mendukung peningkatan literasi digital nasional.
6. Bantuan sarana sanitasi dan air bersih.
7. Pemberdayaan usaha mikro dan usaha kecil.
8. Bantuan infrastruktur dan sarana umum.
9. Pengembangan desa binaan unggulan.
10. Program pengembangan pemukiman berkelanjutan.
11. Bantuan penanganan perubahan iklim.
12. Pencegahan kekerasan dan memerangi terorisme.

Penyelenggaraan program TJSL dilaksanakan secara efektif melalui peningkatan Kerjasama sinergi internal Telkom Group maupun eksternal melalui institusi/lembaga yang terkait dengan bidang TJSL. Telkom mendorong peran aktif masyarakat dan pemangku kepentingan terkait lainnya, sehingga program-program TJSL BUMN dapat memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat, termasuk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian.

1. Anggaran dan Realisasi TJSL
2. Digitalisasi Program TJSL

2. PT. Timah Tbk.

PT TIMAH Tbk anggota dari MIND ID (Mining Industry Indonesia), BUMN Holding Industri Pertambangan yang didirikan pada 2 Agustus 1976 dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 1995.

PT TIMAH Tbk merupakan produsen dan eksportir logam timah, dan memiliki segmen usaha penambangan timah terintegrasi mulai dari kegiatan eksplorasi, penambangan, pengolahan hingga pemasaran. Ruang lingkup kegiatan Perusahaan meliputi juga bidang pertambangan, perindustrian, perdagangan, pengangkutan dan jasa. Kegiatan utama perusahaan adalah sebagai perusahaan induk yang melakukan kegiatan operasi penambangan timah dan melakukan jasa pemasaran kepada kelompok usaha mereka. Perusahaan memiliki beberapa anak perusahaan yang bergerak dibidang perbengkelan dan galangan kapal, jasa rekayasa teknik, penambangan timah, jasa konsultasi dan penelitian pertambangan serta penambangan non timah.

Perusahaan berdomisili di Pangkalpinang, Provinsi Bangka Belitung dan memiliki wilayah operasi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Provinsi Riau, Kalimantan Selatan, Sulawesi Tenggara serta Cilegon, Banten.

PT TIMAH sebagai Perusahaan Perseroan didirikan tanggal 02 Agustus 1976, dan merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang pertambangan timah dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1995.

PT TIMAH merupakan produsen dan eksportir logam timah, dan memiliki segmen usaha penambangan timah terintegrasi mulai dari kegiatan eksplorasi, penambangan, pengolahan hingga pemasaran. Ruang lingkup kegiatan Perusahaan meliputi juga bidang pertambangan, perindustrian, perdagangan, pengangkutan dan jasa. Kegiatan utama perusahaan adalah sebagai perusahaan induk yang melakukan kegiatan operasi penambangan timah dan melakukan jasa pemasaran kepada kelompok usaha mereka. Perusahaan memiliki beberapa anak perusahaan yang bergerak dibidang perbengkelan dan galangan kapal, jasa rekayasa teknik, penambangan timah, jasa konsultasi dan penelitian pertambangan serta penambangan non timah.

Visi & Misi

Visi : "Menjadi perusahaan pertambangan terkemuka di dunia yang ramah lingkungan"

Misi :

1. Membangun sumber daya manusia yang tangguh, unggul dan bermartabat.
2. Melaksanakan tata kelola penambangan yang baik dan benar.
3. Mengoptimalkan nilai Perusahaan dan kontribusi terhadap pemegang saham serta tanggung jawab sosial.

Implementasi GCG

Implementasi GCG di PT TIMAH Tbk didukung penuh oleh komitmen dari seluruh jajaran pengurus Perseroan, disertai partisipasi aktif karyawan dan para pemangku kepentingan, dengan menanamkan prinsip-prinsip tata kelola usaha bukan hanya sebagai dasar dan petunjuk dalam setiap pengambilan keputusan, melainkan sebagai budaya yang tertanam dalam tata perilaku kerja sehari-hari. Seluruh jajaran PT TIMAH Tbk meyakini, penerapan GCG akan mendorong Perseroan menuju perusahaan yang semakin sehat secara fundamental dan memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.

Prinsip Tata Kelola Perseroan

berpegang kepada 5 (lima) prinsip GCG yaitu TARIF; Transparency, Accountability, Responsibility, Independency dan Fairness, dengan jangkauan dan ruang lingkup mencakup ke setiap operasional bisnis dan seluruh elemen organisasi.

Tujuan Penerapan GCG

Tujuan Penerapan GCG pada Perseroan sesuai yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar adalah:

1. Memaksimalkan nilai Perseroan bagi Pemegang Saham dengan tetap memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan lainnya.
2. Meningkatkan daya saing Perseroan secara nasional maupun internasional dan mendorong tercapainya kesinambungan Perseroan melalui pengelolaan yang didasarkan pada prinsip transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban serta kesetaraan dan kewajaran.
3. Mendorong pengelolaan Perseroan secara profesional, transparan dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian masing-masing organ Perseroan.
4. Mendorong organ Perseroan agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundangundangan yang berlaku.
5. Mengendalikan dan mengarahkan hubungan antar organ Perseroan;
6. Mendorong timbulnya kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial Perseroan terhadap pemangku kepentingan maupun kelestarian lingkungan di sekitar Perseroan.
7. Meningkatkan kepercayaan pasar untuk mendorong arus investasi dan pertumbuhan ekonomi nasional yang berkesinambungan.

3. PT Semen Baturaja Tbk.

PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk. Merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak pada bidang produksi bahan bangunan berbasis semen. PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk. tercatat pada Bursa Efek Indonesia di tahun 2013 pada papan utama. Perusahaan berkantor pusat di Palembang, Sumatra Selatan, Indonesia.

Perseroan didirikan dengan nama PT. Semen Baturaja berdasarkan Akta Perseroan Terbatas PT. Semen Baturaja No. 34 tanggal 14 November 1974, sebagaimana diubah dengan Akta Perubahan No. 49 tanggal 21 November 1974, keduanya dibuat di hadapan JonyFrederik Berthold TumbelakaSinjal, Notaris di Jakarta, yang telah memperoleh pengesahan dari menteri kehakiman RepublikIndonesia sesuai keputusan No. Y.A.5/422/18 tanggal 22 November 1974, yang telah didaftarkandalam buku daftar di kantor panitera pengadilan negeri palembang No. 376/1974 dan No. 377/1974 keduanya tanggal 22 November 1974 dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 2 tanggal 7 Januari 1975, Tambahan No. 15 (Akta Pendirian)..

Visi dan Misi Perusahaan PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk

Visi : Menjadi Green Cement Based Building Material
Company terdepan di Indonesia.

Misi :

Kami adalah penyedia bahan bangunan berbasis semen kebanggaan nasional.

Kami menyediakan produk yang berkualitas, ramah lingkungan dan pasokan yang berkesinambungan.

Kami menjamin kepuasan pelanggan dengan mengutamakan pelayanan prima.

Kami berkomitmen membangun negeri untuk Indonesia yang lebih baik.

4. PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.

PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. ("Indocement") adalah salah satu produsen semen terbesar di Indonesia yang memproduksi berbagai jenis semen bermutu, termasuk produk semen khusus yang dipasarkan dengan merek "Tiga Roda". Indocement juga memiliki beberapa anak perusahaan yang memproduksi beton siap-pakai (Ready-Mix Concrete/RMC) serta mengelola tambang agregat dan trass.

Indocement didirikan tahun 1985, yang merupakan penggabungan dari enam perusahaan semen yang saat itu memiliki delapan pabrik. Pabrik pertama Indocement resmi beroperasi sejak 4 Agustus 1975. Pada 5 Desember 1975, untuk pertama kalinya Indocement mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode transaksi INTP. Namun sejak 2001, mayoritas saham PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk dimiliki oleh Heidelberg Cement Group yang berbasis di Jerman. Heidelberg Cement merupakan pemimpin pasar global dalam bidang agregat dan merupakan pemain terkemuka di industri semen dan beton. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu produsen terbesar di dunia pada bidang bangunan.

Indocement terus menambah jumlah pabrik hingga saat ini mencapai 12 pabrik, yang sebagian besar berada di Jawa. Sembilan pabrik berada di Kompleks Pabrik Citeureup, Bogor, Jawa Barat, dan merupakan salah satu kompleks pabrik semen terbesar di dunia. Dua pabrik berada di Kompleks Pabrik Palimanan, Cirebon, Jawa Barat dan satu pabrik di Kompleks Pabrik Tarjun, Kotabaru, Kalimantan Selatan. Sepanjang 2012, Indocement berhasil mengelola tiga kompleks pabrik berkelas dunia yang memproduksi semen berkualitas dan menorehkan prestasi luar biasa yang belum pernah dicapai sebelumnya. Mereka berhasil melampaui target pertumbuhan sekaligus melewati pertumbuhan industri. Dengan merek dagang "Tiga Roda", indocemen telah menjual sekitar 18 juta ton semen sepanjang 2012, termasuk angka tertinggi dalam penjualan semen Indonesia.

Visi PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk adalah sebagai pemain utama dalam bisnis semen domestik dan pemimpin pasar dibidang beton siap pakai, agregat dan bisnis pasir di Jawa. Misinya yaitu Perusahaan ikut berkecimpung dalam bisnis penyediaan semen dan bahan bangunan berkualitas dengan harga kompetitif dan tetap memperhatikan pembangunan berkelanjutan. Dengan moto perusahaan adalah turut membangun kehidupan bermutu.

PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. ("Indocement") berhasil meraih tiga penghargaan dalam ajang TOP CSR Awards 2021. Penghargaan ini diselenggarakan oleh Majalah Top Business yang bekerja sama dengan Komite Nasional Kebijakan Governance.

Tiga Penghargaan yang di dapat adalah:

1. TOP CSR Awards 2021 #Stars 5.
2. Top Leader on CSR Commitment.
3. Penghargaan Program CSR Responsif Penanganan Pandemi COVID-19.

Indocement Kompleks Pabrik Cirebon meraih penghargaan CSR Sustainability Award dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang konsisten menjalankan program CSR untuk kepentingan masyarakat dan pembangunan di Jawa Barat. Penghargaan ini diserahkan secara langsung oleh Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil kepada Assitant to General Manager Kompleks Pabrik Palimanan, Otto Ahadijat pada 23 Desember 2021 pada acara Forum Corporate Social Responsibility (CSR) Provinsi Jawa Barat Tahun 2021.

PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk., dianugerahi Indonesia Top Good Corporate

Governance (GCG) Awards 2021 (in cement category) oleh the Iconomics. Penghargaan ini diterima pada Jumat, 17 Desember 2021 lalu. The Iconomics menggelar Indonesia Top GCG Awards 2021 dengan memilih perusahaan-perusahaan di Indonesia yang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip Good Corporate Governance ("GCG"). Untuk menentukan perusahaan tersebut, Iconomics melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan dari 38 sektor, yang dimana penilaian ini menghasilkan 38 perusahaan yang berpraktik Good Corporate Governance.

Penilaian dilakukan secara kualitatif, yang dihimpun dari berbagai sumber informasi dan data kegiatan perusahaan dalam melaksanakan prinsip-prinsip GCG dengan tiga indikator utama sebagai berikut:

1. Transparency

Prinsip keterbukaan terhadap proses pengambilan keputusan dan dalam memaparkan informasi materiil dan relevan perusahaan.

2. Responsibility

Menyangkut kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan termasuk peraturan dan kebijakan perusahaan.

3. Fairness dan Equality

Menyangkut keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak stakeholders.

Good Corporate Governance (GCG) memegang peran penting bagi keberlanjutan perusahaan. Implementasi Good Corporate Governance (GCG) yang baik akan berbanding lurus dengan citra dan kinerja perusahaan. Perusahaan yang dapat menjalankan prinsip-prinsip Good Corporate Governance (GCG) ini dipercaya mampu membawa perusahaan ke arah yang lebih kondusif dan terstruktur dalam menjalankan bisnisnya.

5. PT United Tractors Tbk.

United Tractors merupakan anak usaha dari PT Astra International Tbk ("Astra"), salah satu grup usaha terbesar dan terkemuka di Indonesia dengan jaringan layanan menjangkau berbagai industri dan sektor. Sejak 19 September 1989, United Tractors telah menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (dahulu Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya). Hingga kini Astra memiliki 59,5% saham United Tractors, dengan sisa saham dimiliki oleh publik.

Saat ini United Tractors telah berkembang menjadi salah satu pemain utama di sektor dan industri dalam negeri, melalui lima pilar bisnis, yaitu Mesin Konstruksi, Kontraktor Penambangan, Pertambangan, Industri Konstruksi dan Energi.

Visi Menjadi perusahaan kelas dunia berbasis solusi di bidang alat berat, pertambangan dan energi, untuk menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan.

Misi Menjadi perusahaan yang:

1. Bertekad membantu pelanggan meraih keberhasilan melalui pemahaman usaha yang komprehensif dan interaksi berkelanjutan.
2. Menciptakan peluang bagi insan perusahaan untuk dapat meningkatkan status sosial dan aktualisasi diri melalui kinerjanya.
3. Menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan melalui tiga aspek berimbang dalam hal ekonomi, sosial dan lingkungan.
4. Memberi sumbangan yang bermakna bagi kesejahteraan bangsa.

PT United Tractors Tbk (UT) meraih penghargaan IDX Channel Anugerah CSR kategori Environmental Development Initiative dengan program Corporate Social Responsibility (CSR) "Kampung UniTy". Penghargaan ini diberikan oleh IDX Channel

kepada UT secara langsung di Main Hall Bursa Efek Indonesia, Jakarta Selatan. Melalui program ini, UT terus berupaya secara konsisten untuk memberikan dampak baik bagi lingkungan dan masyarakat sesuai aspek bisnis berkelanjutan dan prinsip ESG (Environmental, Social, & Governance). Kampung UniTy dibentuk UT sebagai langkah konkret dalam mempertahankan nilai sosial, kesehatan, ekonomi dan lingkungan di masyarakat. Desa ini merupakan program pemberdayaan desa melalui 5 Pilar CSR UT (Pendidikan, Kesehatan, Lingkungan, Kewirausahaan dan Kebencanaan) dengan mengedepankan potensi berbasis masyarakat. Kampung UniTy di area lereng Gunung Arjuno, Jawa Timur ini berfokus pada peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan desa wisata. Program pemberdayaan masyarakat desa ini telah berlangsung sejak tahun 2022. Melalui program ini UT telah membentuk Kelompok UMKM binaan, penyediaan digitalisasi fasilitas kesehatan di posyandu dan posbindu, serta pengelolaan sampah untuk menjaga keasrian dan kebersihan lingkungan. Selain itu, UT juga melakukan program revegetasi hutan kritis di kawasan lereng Gunung Arjuno.

Melalui penghargaan ini, memacu semangat UT untuk terus memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas lingkungan dan masyarakat di sekitar bisnis perusahaan, serta memperkuat komitmen untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak.

6. PT. Indofarma Tbk.

PT Indonesia Farma Tbk atau disingkat PT Indofarma Tbk (yang setelah ini disebut juga dengan “Perseroan” atau “Indofarma”) telah berkiprah menjadi perusahaan farmasi dan alat kesehatan nasional selama lebih dari 10 dekade. Di tahun 1918, berawal dari sebuah pabrik skala kecil di lingkungan Rumah Sakit Pusat Pemerintah Kolonial Belanda yang pada saat itu hanya memproduksi beberapa jenis salep dan kasa pembalut, cikal bakal PT Indonesia Farma (Persero) Tbk terbangun. Kini, Indofarma telah menjadi salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mendukung program Pemerintah Indonesia untuk terus meningkatkan layanan kesehatan bagi masyarakat. Pada tanggal 11 Juli 1981, status Perseroan berubah menjadi badan hukum berbentuk Perusahaan Umum Indonesia Farma (Perum Indofarma). Status Perseroan kembali berubah pada tahun 1996 menjadi PT Indofarma (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No. 34 tahun 1995 dengan akta pendirian berdasarkan Akta No. 1 tanggal 2 Januari 1996 yang diubah dengan Akta No. 134 tanggal 26 Januari 1996.

Visi : “Menjadi Perusahaan Healthcare Indonesia Pilihan Utama yang Berskala Global”

Misi :

1. Kami adalah perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan.
2. Kami memiliki nilai tambah melalui proses bisnis yang terintegrasi dan pengembangan produk yang berbasis teknologi modern.
3. Kami menjamin ketersediaan produk yang berkualitas, lengkap dan terjangkau secara konsisten.
4. Kami berjuang dalam meningkatkan derajat kesehatan dan kualitas hidup yang lebih baik.

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)

PT Indofarma Tbk memberikan bantuan Alat kesehatan berupa Masker & Hand Sanitizer dalam Program CSRnya melalui DPP Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) (31/08), Bantuan ini diberikan untuk Paket Isoman kepada masyarakat. Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) adalah salah satu organisasi mahasiswa ekstra

kampus yang terdapat hampir di seluruh Indonesia, terutama kota atau kabupaten yang memiliki perguruan tinggi.

Good Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan Yang Baik)

Segenap Insan Indofarma berkomitmen menerapkan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik, atau Good Corporate Governance (GCG) yakni Transparansi, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Kemandirian dan Kewajaran sebagai dasar peningkatan kinerja Perseroan melalui pemutakhiran berbagai pedoman, prosedur operasi, manual sesuai dengan perubahan peraturan perundang-undangan yang berlaku, program transformasi dan perkembangan Perusahaan.

Dalam penerapan Good Corporate Governance (GCG), Perseroan mematuhi berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku serta peraturan internal. Secara berkala, Indofarma melakukan pengukuran implementasi Good Corporate Governance (GCG) yang dilakukan oleh internal perusahaan dan pihak independen serta menindaklanjuti setiap rekomendasi perbaikan yang dihasilkan.

7. PT. Aneka Tambang Tbk.

PT ANTAM Tbk (ANTAM) merupakan Perusahaan berbasis sumber daya alam yang mengelola operasional tambang dan pengolahan mineral yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 22 Tahun 1968, ANTAM berdiri dengan nama “Perusahaan Negara (PN) Aneka Tambang” pada tanggal 5 Juli 1968. Pendirian tersebut dilakukan melalui penggabungan beberapa perusahaan pertambangan milik negara yang memproduksi berbagai komoditas mineral. Sebagai perusahaan berbasis sumber daya alam, ANTAM menghasilkan produk-produk yang diserap pasar domestik, serta menjangkau pasar internasional. Berkantor pusat di Jakarta, ANTAM juga memiliki beberapa unit/unit bisnis yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia untuk menjamin kelancaran usaha maupun operasi.

Visi: Menjadi korporasi global terkemuka melalui diversifikasi dan integrasi usaha berbasis sumber daya alam.

Misi:

1. Menghasilkan produk-produk berkualitas dengan memaksimalkan nilai tambah melalui praktik-praktik industri terbaik dan operasional yang unggul.
2. Memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan.
3. Mengoptimalkan sumber daya dengan mengutamakan keberlanjutan, keselamatan kerja, dan kelestarian lingkungan.
4. Meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan karyawan serta kemandirian ekonomi masyarakat di sekitar wilayah operasi.

ANTAM berkomitmen melakukan berbagai program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang bertujuan untuk meningkatkan dan memberdayakan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga mampu menciptakan kemandirian dan kesejahteraan, dimana Perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan serta kemandirian ekonomi masyarakat di sekitar wilayah operasi. Untuk mewujudkan komitmen tersebut, ANTAM telah membuat dan menyusun Masterplan Corporate Social Responsibility (CSR). Masterplan Corporate Social Responsibility (CSR) ANTAM merupakan komitmen Perusahaan terhadap pengembangan masyarakat yang disusun dengan tujuan agar program-program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai dengan strategi ANTAM, yakni menuju kemandirian wilayah. Penyusunan Masterplan Corporate Social Responsibility (CSR) ANTAM yang dalam implementasinya sampai pada unit-unit bisnis,

memiliki pendekatan yang berbeda tergantung pada kondisi dan kebutuhan di bidang sosial, lingkungan, dan budaya masyarakat setempat.

Dalam menerapkan Good Corporate Governance (GCG), ANTAM tidak hanya sekedar memenuhi kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan saja, tetapi bersungguh-sungguh menerapkannya dalam segala kegiatan operasional ANTAM yang dijalankan dengan senantiasa memperhatikan prinsip-prinsip GCG yaitu Transparency, Accountability, Responsibility, Independency dan Fairness.

Sebagai wujud penerapan GCG yang komprehensif, ANTAM berupaya untuk dapat mengadopsi standar terbaik yang berlaku secara internasional seperti Australian Securities Exchange (ASX) Corporate Governance Principles and Recommendations 4th Edition yang diterbitkan oleh ASX Corporate Governance Council, ASEAN Corporate Governance Scorecard yang diterbitkan oleh ASEAN Capital Market Forum, standar yang berlaku di Indonesia seperti Pedoman Good Corporate Governance (GCG) yang diterbitkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) tahun 2006, standar penerapan GCG untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dikeluarkan oleh Kantor Kementerian Negara BUMN, yaitu Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-01/MBU/2011 dan SK-16/SMBU/2012 serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 21/POJK.04/2015 tentang Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 32/SEOJK.04/2015 tentang Pedoman Tata Kelola Perusahaan.

8. PT Bukit Asam Tbk.

PT Bukit Asam, Tbk. Unit Pelabuhan Tarahan merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didirikan pada tanggal 2 Mei 1981, Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 1980 tanggal 15 Desember 1980, dengan kantor pusat di TanjungEnim, Sumatera Selatan. PTBA memiliki 3 pelabuhan batubara yaitu: Pelabuhan Batubara Tarahan di Bandar Lampung, Pelabuhan Batubara Kertapati di Palembang Sumatera Selatan, dan Pelabuhan Batubara Teluk Bayur di Padang Sumatera Barat.

Krisis ekonomi yang melanda dunia tahun 1973 menandai berakhirnya zaman minyak murah, mengakibatkan Batubara muncul sebagai komoditi yang mempunyai prospek masa depan yang lebih baik sebagai salah satu sumber komoditi. Sesuai kebijaksanaan Pemerintah dalam penghematan pemakaian bahan bakar minyak (BBM) serta penganeekaragaman penggunaan sumber tenaga, maka pemakaian Batubara sebagai bahan bakar digalakkan kembali. Sehubungan dengan hal diatas Pemerintah memutuskan untuk merehabilitasi semua Tambang Batubara di Indonesia terutama Tambang Batubara Bukit Asam Untuk itu dibentuk proyek pengembangan dan pengangkutan Batubara Bukit Asam.

Visi : Menjadi Perusahaan Energi Kelas Dunia Yang Peduli Lingkungan.

Misi : Mengelola Sumber Energi Dengan Mengembangkan Kompetensi Korporasi Dan Keunggulan Insani Untuk Memberikan Nilai Tambah Maksimal Bagi Stakeholders Dan Lingkungan.

PT Bukit Asam Tbk telah menganggap bahwa praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perusahaannya adalah suatu bentuk investasi. Corporate Social Responsibility (CSR) PT Bukit Asam Tbk memiliki beberapa program kerja yaitu PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan), Pembinaan UMKM, serta beasiswa untuk siswa SD, SMP, SMA serta mahasiswa. CSR PT Bukit Asam Tbk melaksanakan kegiatan CSR dengan bekerja sama dengan Rumah Kreatif BUMN (RKB) untuk membina UMKM dan masyarakat disekitar perusahaan, pelaksanaan PKBL serta program beasiswa. Corporate Social Responsibility (CSR) PT Bukit Asam Tbk telah menjalankan kegiatan CSR yang

berlandaskan konsep CSR yaitu 3P. 3P yang dimaksud adalah Profit, People, Planet yang berarti bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memberi keuntungan ekonomi (profit) tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (Planet) dan kesejahteraan masyarakat (People).

PT Bukit Asam Tbk. berupaya menerapkan prinsip-prinsip dasar tata kelola yang baik, mencakup asas transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi dan kewajiban secara konsekuen di setiap kegiatan operasionalnya.

Dengan Tujuan Implementasi Good Corporate Governance (GCG).

1. Mengendalikan dan mengarahkan hubungan antara Pemegang Saham.
2. Mendorong dan mendukung pertumbuhan Perusahaan.
3. Mengelola sumber daya manusia secara bijak.
4. Mengelola risiko dengan lebih bertanggung jawab.
5. Menciptakan citra perusahaan yang baik.
6. Perlakuan Adil Terhadap Pemegang Saham.
7. Mencegah terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan Perusahaan.

Mendorong etos kerja yang baik.

9. PT Semen Indonesia Tbk.

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk diresmikan di Gresik pada tanggal 7 Agustus 1957 oleh Presiden RI pertama dengan kapasitas terpasang 250.000 ton semen per tahun, dan di tahun 2013 kapasitas terpasang mencapai 30 juta ton/tahun. Pada tanggal 8 Juli 1991 saham Perseroan tercatat di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (kini menjadi Bursa Efek Indonesia) serta merupakan BUMN pertama yang go public dengan menjual 40 juta lembar saham kepada masyarakat. Komposisi pemegang saham pada saat itu: Negara RI 73% dan masyarakat 27%.

Kini PT. Semen Indonesia Tbk. (SIG) telah bertransformasi menjadi lebih dari sekadar produsen semen. Portofolio produk dan layanan SIG sangat lengkap untuk berbagai aplikasi, sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan spesifikasi produk yang lebih akurat, sesuai kebutuhan konstruksinya. PT. Semen Indonesia Tbk. (SIG) telah menjadi contoh penyedia solusi bahan bangunan yang mendukung Sustainable Living dengan menghasilkan produk-produk solusi inovatif yang mengacu pada keterbatasan sumber daya alam. Salah satunya dengan memilih dan menggunakan produk bahan bangunan yang memperhatikan keberlanjutan.

Visi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Menjadi Perusahaan Persemenan Internasional yang terkemuka di Asia Tenggara.

Misi PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Mengembangkan usaha persemenan dan industri terkait yang berorientasikan kepuasan konsumen.

1. Mewujudkan perusahaan berstandar internasional dengan keunggulan daya saing dan sinergi untuk meningkatkan nilai tambah secara berkesinambungan.
2. Mewujudkan tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.
3. Memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan (stakeholders).
4. Membangun kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia.

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk telah membentuk Departemen Corporate Social Responsibility (CSR) di bawah Sekretaris Perusahaan. Departemen ini adalah penanggung jawab pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) dan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Tugas departemen ini adalah merencanakan dan mengelola program

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), selain mengevaluasi dan membuat laporan keuangan program tersebut. Program Corporate Social Responsibility (CSR) kami didasarkan pada harmonisasi triple bottom line (profit, planet, people) dan konsep SDGs (Tujuan Pembangunan Keberlanjutan).

PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk (Perusahaan) memiliki komitmen untuk menerapkan praktik-praktik bisnis yang sehat dan beretika dalam menjalankan usaha dan aktivitas bisnis, serta mengimplementasikan Good Corporate Governance (GCG) secara konsisten berlandaskan pada standar etika bisnis yang tinggi. Implementasi Good Corporate Governance (GCG) bagi perusahaan tidak hanya dipandang sebagai bagian dari pemenuhan atau kepatuhan terhadap regulasi, namun juga sebagai kebutuhan dalam meningkatkan kinerja perusahaan menuju well governed company. Perusahaan memandang pentingnya penyusunan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Yang Baik untuk diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan di seluruh lini dan aspek pengelolaan usaha perusahaan sebagai standar landasan operasionalnya. Hal tersebut agar nilai-nilai yang dimiliki oleh para pemangku kepentingan (Stakeholders) dapat digunakan serta ditingkatkan secara optimal dan menghasilkan pola hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memiliki budaya Budaya Perusahaan adalah AKHLAK (Amanah – Kompeten – Harmonis – Loyal – Adaptif – Kolaboratif). Sehingga setiap insan di perusahaan berkontribusi bagi terwujudnya visi dan misi perusahaan agar perusahaan dapat meraih kemenangan di tengah persaingan ketat yang dihadapi.

10. PT. Waskita Karya Tbk.

PT Waskita Karya (Persero) Tbk (WSKT) didirikan pada tanggal 1 Januari 1961, berasal dari perusahaan Belanda bernama Volker Aannemings Maatschappij N.V. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan negara yang bergerak di bidang industri pembangunan infrastruktur. Beberapa portofolio perusahaan adalah Bandara Soekarno-Hatta, BNI City, Gedung Kantor Bank Indonesia, Mandiri Plaza Tower, Hotel Shangri-La, serta apartemen bertingkat di Jakarta dan kota lainnya. Bidang usahanya terbagi menjadi konstruksi, jalan tol, pracetak, real estat, dan energi, yang dikelola langsung atau tidak langsung oleh perusahaan melalui anak perusahaannya. Kantor perusahaan berlokasi di Gedung Waskita Heritage, Jatinegara, Jakarta Timur.

Visi: Menjadi perusahaan Indonesia Terpercaya dan Berkelanjutan di Bidang Konstruksi Terintegrasi dan Investasi.

Misi: Meningkatkan nilai Perusahaan yang berkelanjutan melalui :

1. Mengembangkan sistem dan teknologi yang terintegrasi.
2. Membangun fundamental keuangan yang kuat.
3. Menerapkan Enterprise Risk Management yang prima.
4. Membentuk SDM yang kompeten dan berkinerja unggul.
5. Mencapai portfolio yang seimbang melalui investasi di bidang usaha baru.

PT Waskita Karya (Persero) Tbk memiliki kewajiban untuk turut berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan melalui kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, atau Corporate Social Responsibility (CSR). Perseroan menyadari, bahwa pemenuhan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bagian penting dalam pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik atau Good Corporate Governance (GCG). Para pelaku bisnis dituntut untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab, untuk dapat berkontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya dalam menciptakan pembangunan yang berkelanjutan dan bukan hanya sekadar memperoleh atau

mencari keuntungan dari kegiatan usahanya.

PT Waskita Karya (Persero) Tbk memiliki komitmen kuat terhadap pemeliharaan hubungan yang harmonis dengan segenap pemangku kepentingan melalui pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dijalankan dengan mengadaptasi prinsip triple bottom lines. Di mana Perseroan tidak semata berfokus pada kepentingan untuk memperoleh laba (profit), tetapi juga diseimbangkan dengan pemenuhan kepentingan dan kewajiban untuk menjaga kelestarian lingkungan (planet) dan mendukung kesejahteraan masyarakat (people). Perseroan meyakini bahwa keseimbangan tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan mampu membawa Perseroan pada koridor tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals).

Hasil Penelitian

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan kolmogrov smirnov, bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai Sig < 0.05, maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Sig > 0.05, maka data berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal artinya memiliki sebaran yang merata sehingga benar-benar mewakili populasi dan dapat dikatakan sebagai data yang baik.

Tabel .1
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std.Devi ation	3,99307969
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,036
Test Statistic	Negative	-0,075
		0,075
Asymp.Sig.(2-tailed) ^c		0,200 ^d

Testdistributionis Normal.

-Calculated from data

Berdasarkan tabel.1 dapat diketahui nilai signifikansi 0.200>0.05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Penelitian ini menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai Tolerance dan Variance Inflasi Factor (VIF) pada model regresi. Apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10,00 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 2
Uji Multikolinieritas
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,848	2,761		2,843	,006		
CSR	,415	,095	,415	4,379	<,001	,695	1,439
GCG	,424	,122	,330	3,480	<,001	,695	1,439

Dependent Variabel: Nilai Perusahaan

Hasil uji multikolinearitas pada tabel. 4.2 dapat diketahui bahwa nilai tolerance pada variabel CSR adalah sebesar 0,695 dan variabel GCG sebesar 0,695 > 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel CSR yaitu sebesar 1,439 dan variabel GCG sebesar 1,439 < 10,00.

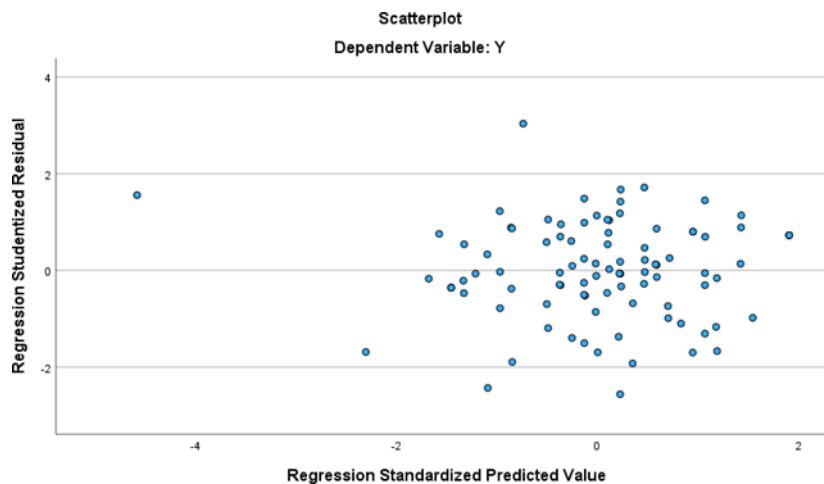
Berdasarkan penilaian dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syari'ah (DES).

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedstisitas untuk variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syari'ah (DES) yaitu sebagai berikut:

Gambar 1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Melihat pada gambar.1 dapat diketahui data penyebaran di atas dan di bawah atau disekitar angka nol, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu (bergelombang, menyebar kemudian menyusut). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Persamaan Regresi

Regresi linier berganda dilakukan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan alat bantu program komputer Eviews. Berikut hasil

uji regresi linier berganda pada penelitian ini:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,848	2,761		2,843	,006
CSR	,415	,095	,415	4,379	<,001
GCG	,424	,122	,330	3,480	<,001

Dependent Variabel: Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 7,848 dan untuk Corporate Social Responsibility (CSR) (nilai β) sebesar 0,415 dan Good Corporate Governanvce (GCG) (nilai β) 0,424. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,848 + 0,415X_1 + 0,424X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

Konstanta sebesar 7,848 menyatakan bahwa tanpa adanya CSR dan GCG, maka nilai perusahaan akan tetap terbentuk sebesar 7,848% .

Nilai koefisien regresi X1 (CSR) adalah 0,415 artinya jika CSR diasumsikan naik 1%, maka nilai perusahaan meningkat 0,415%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syari'ah (DES)..

Nilai koefisien regresi X2 (GCG) adalah 0,424 artinya GCG diasumsikan naik 1%, maka nilai perusahaan meningkat 0,424%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel GCG terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syari'ah (DES).

Pengujian Hipotesis

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terkait dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Pengambilan kesimpulannya dengan cara melihat, Jika nilai Sig < α maka Ho ditolak sedangkan jika nilai Sig > α maka Ho diterima. Dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka Ho ditolak (signifikan) sedangkan jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka Ho diterima (tidak Signifikan). Uji f digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel CSR dan GCG secara keseluruhan terhadap variabel nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syari'ah (DES). Berikut ini hasil uji F:

Tabel.4
Hasil Analisis Uji Simultan
ANOVAa

Model	Sum of Squares	D F	Mean Squar e	F	Sig.
1 Regression	1128,644	2	564,322	34,631	,000 ^b
Residual	1482,856	50	16,295		

Total	2611,500	52			
-------	----------	----	--	--	--

a. Dependent Variabel: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, GCG

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwa hasil f_{tabel} adalah sebagai berikut:

$df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$

maka: $df_1 = 3 - 1 = 2$ $df_2 = 51 - 3 = 53$, $f_{tabel} = 3,18$

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 4.14 dapat diketahui nilai signifikansi untuk CSR (X1) dan GCG (X2) secara simultan terhadap nilai perusahaan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($34,631 > 3,18$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel CSR dan variabel GCG secara simultan secara bersamaan terhadap variabel nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syariah (DES).

Uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen yaitu CSR dan GCG terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa hasil pada tabel sebagai berikut:

Tabel.5
Hasil Analisis Uji Persial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,848	2,761		2,843	,006
CSR	,415	,095	,415	4,379	<,001
GCG	,424	,122	,330	3,480	<,001

$df = n - k = 50 - 3 = 47$ ($0,05 : 50$) = 1.675, maka t_{tabel} pada penelitian ini yaitu 1.675.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.5 ditemukan bahwa nilai t_{hitung} variabel CSR sebesar $4,379 > 1,675$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif antara variabel Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar efek syariah (DES).

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.5 ditemukan bahwa nilai t_{hitung} variabel GCG sebesar $3,480 > 1,675$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif variabel Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar efek syariah (DES).

Uji Determinasi

Nilai koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi menggunakan R^2 . Berdasarkan pada tabel berikut dapat diketahui nilai R Square dan Adjusted R Square yaitu:

Tabel.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,657 ^a	,432	,420	4,03672

Angka ini akan diubah ke bentuk persen. Nilai R^2 sebesar 0,432% artinya presentase

sumbangan pengaruh variabel CSR (X1) dan GCG (X2) terhadap variabel nilai perusahaan (Y) sebesar 43.2%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Adjusted R Square (koefisien determinasi) nilai sebesar 0.420 atau 42%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X1) dan (X2) terhadap (Y) memberikan pengaruh sebesar 42% dan sisanya sebesar 58% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Standard Error of the Estimate, adalah ukuran kesalahan prediksi, nilai sebesar 4,03672. Artinya kesalahan dalam memprediksi Y sebesar 40,36%.

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan, pengaruh variabel bebas secara parsial dengan menggunakan uji t, dapat dilihat penjelasan untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Masuk Dalam Daftar Efek Syari'ah (DES)

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan bahwa hasil CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai dari thitung $4,379 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai Sig $0,001 < 0,05$, yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berpengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel CSR mengalami peningkatan, maka variabel nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hal tersebut disebabkan pengungkapan CSR yang semakin tinggi dapat menjadi sinyal positif terhadap investor karena dapat mengurangi asimetri terhadap pihak eksternal, sehingga informasi yang didapat oleh pihak eksternal akan semakin banyak dan mampu menaikkan nilai perusahaan terhadap investor.

Corporate Sosial Reponsibility (CSR) diterapkan kepada perusahaan- perusahaan yang beroperasi dalam konteks global, nasional maupun lokal. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Paradigma menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari top management perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas public.

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulbahri) , dan (Karina,) dan yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Penelitian Crisostomo et al. menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan tanggung jawab sosial memberikan kontribusi terhadap meningkatnya laba perusahaan. Dalam penelitian tersebut menggunakan CSR Index, ROA, ROE, ESA, ENV sebagai proxy.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Nurlela dan Islahuddin serta Tjia dan Setiawati bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kualitas pengungkapan Corporate Social Responsibility rendah dan tidak mengikuti standar GRI.

Lebih lanjut hasil penelitian Amanti yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR sebagai moderating variable atas hubungan GCG terhadap nilai perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan kedua variabel tersebut. Kemungkinan perbedaan hasil ini terjadi karena kondisi tiap perusahaan berbeda, baik dari segi visi, misi, segmen pasar maupun manajemen perusahaan, selain itu objek penelitian yang digunakan pun berbeda.

Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Masuk Dalam Daftar Efek Syari'ah (DES)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diketahui bahwa nilai signifikansi variabel GCG sebesar $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,480 > 1,661$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel GCG memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya dapat dijelaskan bahwa saat variabel GCG peningkatan, maka variabel nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hal tersebut disebabkan karena pengungkapan GCG yang semakin tinggi dapat menaikkan kepercayaan investor terhadap perusahaan karena informasi yang diperoleh investor semakin banyak.

Adanya penerapan GCG akan mempengaruhi tercapainya nilai perusahaan. Perusahaan tentunya harus memastikan kepada para penanam modal bahwa dana yang mereka tanamkan untuk kegiatan pembiayaan, investasi, dan pertumbuhan perusahaan digunakan secara tepat dan efisien mungkin serta memastikan bahwa manajemen bertindak terbaik untuk kepentingan perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung *agency theory*, dimana teori ini mempelajari bagaimana merancang kontrak yang dapat memotivasi agen rasional untuk bertindak atas nama prinsipal ketika kepentingan agen bertentangan dengan kepentingan prinsipal. Posisi agen sebagai pemegang kunci informasi dan prinsipal (pemilik) sebagai penerima informasi dari agen yang dapat memicu munculnya asimetri informasi.

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi, dan Mutmainah yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Good Corporate Governance (GCG) terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Sri Oktaryani et al dimana *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Dianawati & Fuadati juga menemukan bahwa *good corporate governance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Malia Susanti menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena struktur kepemilikan manajerial di Indonesia masih tergolong sangat kecil dan didominasi oleh sistem keluarga, serta pemilik manajemen perusahaan juga belum sepenuhnya bisa memberikan kepercayaannya terhadap manajemen perusahaan dalam jalannya perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Amanti hal ini dimungkinkan karena praktek GCG pada perusahaan memang dilaksanakan, akan tetapi implementasinya masih belum diterapkan oleh perusahaan secara penuh sesuai dengan prinsip-prinsip GCG atau bisa dikatakan bahwa praktek GCG dilaksanakan oleh perusahaan hanya untuk formalitas saja sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan pada peraturan yang ditetapkan pemerintah sehingga dalam pelaksanaan GCG belum dilakukan secara maksimal. Investor pun menganggap praktek GCG bukanlah faktor yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengapresiasi nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pengujian hipotesis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syariah (DES) bahwa saat variabel CSR mengalami peningkatan, maka variabel nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hal tersebut disebabkan pengungkapan CSR yang semakin tinggi dapat menjadi sinyal positif terhadap investor karena dapat mengurangi asimetri

terhadap pihak eksternal, sehingga informasi yang didapat oleh pihak eksternal akan semakin banyak dan mampu menaikkan nilai perusahaan terhadap investor.

2. Good Corporate Governance (GCG) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang masuk dalam daftar Efek Syariah (DES) artinya dapat dijelaskan bahwa saat variabel GCG peningkatan, maka variabel nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hal tersebut disebabkan karena pengungkapan GCG yang semakin tinggi dapat menaikkan kepercayaan investor terhadap perusahaan karena informasi yang diperoleh investor semakin banyak.

Saran

Sasaran-sasaran yang dapat diberikan tindak lanjut dan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, disarankan selalu meningkatkan nilai GCG dan CSR perusahaan sehingga dapat mempertahankan nilai perusahaan yang baik dan meningkatkan profitabilitas perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya ada leverage (hutang untuk investasi), struktur asset (perbandingan besar asset dengan total asset), likuiditas (kewajiban jangka pendek).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalloh Irwan. Pasar Modal Syariah, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2018.
- Abdullah and Abdul Rahman Abdi, PASAR MODAL SYARIAH DI INDONESIA Tinjauan Teori Dan Aspek Hukum. Makassar: Goresan Pena, 2021 .
- Al - Qur'an
- Brigham dan Houston. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Salemba Empat, 2016. Buku
- Departemen Agama RI "Quran Hafalan Dan Terjemahan" (Jakarta: Almahir, 2015).
- Fahmi Irham. Etika Bisnis. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Firadaus Muhammad. Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Harmono. Manajemen Keuangan. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.
- Hasan Iqbal. Pokok-pokok Materi Statistik 1 (statistik deskriptif). Jakarta: PT Bumi Aksara, 2018.
- Imam Wahjono Sentot. Pengantar Bisnis Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media, 2020.
- Indrarini Silvia. Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Kementerian Agama RI, "Al Qur'an dan Terjemahan" (Bandung: Cv. Diponegoro, 2005).
- Kholis Azizul. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KONSEP DAN IMPLEMENTASI. Jakarta: Economic & Business Publishing, 2020.