

PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN CORPORATE GOVERNANCE MELALUI PERPUTARAN CEO PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMEN

Widya Sari^{1*}), Samuel²⁾, Ignasia³⁾, Hayro⁴⁾

1,2,3,4 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi*

Universitas Prima Indonesia Medan

e-mail : widyasari@unprimdn.ac.id

ABSTRACT

The point of this Study is to perceive how corporate social responsibility impact has advanced over the long run and Corporate Governance which comprises of Institutional Ownership (X1), Managerial Ownership, Independent Ownership, and Audit Meetings , just as CEO balance factors to expand organization esteem. which should focus on the interests of partners. The population used in conceptual The Indonesia Stock Exchange has a number It has a number of companies listed on it. There were 53 companies in total, with 18 of them meeting the sample requirements. In this study, a quantitative approach was utilized approach. Where the study's discoveries on the esteem of CSR (Corporate Social Responsibility) on the data with a highest value of 45.1% (22 items from a total of 91 items in G4) which reflect the highest value of the social responsibility portion, the corporate social disclosure index report (G4). (Institutional Ownership) 61.27% (Managerial Ownership) 9.75% company ownership owned by company management. (Independent Commissioner) highest 0.6667 is the meaning at PT. PT Kino Indonesia, Tbk (KINO) in 2015. (Audit Committee) with a highest value of 46 at PT. Martina Berto, Tbk (MBTO) in 2015. NP (Y) with a highest value of 37.23.

Keywords: *Firm Value, Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Governance (CG), CEO Turnover.*

ABSTRAK

Fokus utama dari penelitian ini agar mengetahui bagaimana dampak pengaruh dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Corporate Governance (CG)* yang dimana terdiri dari Kepemilikan Intitusional, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Independen, dan Rapat Audit terhadap nilai perusahaan dan bagaimana pengaruh *turnover* CEO sebagai variabel moderasi untuk meningkatkan nilai perusahaan yang harus mengutamakan kepentingan stakeholders. Analisis pada penelitian ini memanfaatkan software SPSS. Dalam penelitian ini populasi diambil dari perusahaan *consumer good* pada Bursa Efek Indonesia sebanyak 53 perusahaan dan perusahaan memenuhi kriteria sampel sebanyak 18. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dimana hasil penelitian ini nilai CSR (Corporate Social Responsibility) pada data nilai maksimal mencapai 45,1% (22 item dari total 91 item di G4) yang mencerminkan nilai maksimal porsi pengungkapan tanggung jawab sosial. laporan indeks pengungkapan sosial perusahaan (G4). KI (Kepemilikan Institusional) (X2) 61,27% kepemilikan perusahaan dimiliki oleh institusi atau perusahaan lain. KM (Kepemilikan Manajerial) (X3); 9,75% kepemilikan perusahaan dimiliki oleh keluarga atau pengurus perusahaan. KIP (Komisaris Independen) (X4); Nilai maksimum 0,6667 pada PT. PT Kino Indonesia, Tbk (KINO) tahun 2015. Kemudian nilai dari rata-rata (mean) sebesar 0,405368 pada hasil nilai standar dari deviasi 0,0905227. KA (Komite Audit) (X5); nilai minimal 2 di PT. Tri Banyan Tirta, Tbk tahun 2015 dengan nilai maksimal 46 pada PT. Martina Berto, Tbk (MBTO) tahun 2015. Kemudian nilai rata-rata (mean) adalah 6,52 dengan nilai standar deviasi 5,897. NP (Y); nilai minimum 0,44 dan pada tahun 2018 dengan nilai maksimum 37,23.

Kata Kunci : *Nilai Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Tata Kelola Perusahaan (CG), Pergantian CEO.*