

ABSTRAK

Penerapan GCG yang baik di Indonesia masih terbilang masih cukup lemah. Hasil survei dari *Asian Corporate Governance Association (ACGA)* menunjukkan Indonesia menduduki peringkat ke 11 yang dimana ada pada peringkat terendah setelah China (peringkat ke-9) dan Philipina (Peringkat ke-10). Yang dimana penerapan GCG yang lemah ini dikarenakan belum adanya kesadaran akan suatu nilai dan praktek dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Untuk melaksanakan CSR perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya, yang pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik dan berdampak pada loyalitas konsumen yang semakin tinggi. Dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR dinilai berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yang mana penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sendiri telah banyak dilakukan, antara lain kinerja keuangan suatu perusahaan, kebijakan deviden, harga saham dan lain sebagainya. Oleh karena itu maka penulis mengambil kesimpulan untuk meneliti apakah terdapat pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan berdasarkan latar belakang diatas.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mengukur kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan melalui laporan keuangan, laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang telah di *published* secara resmi di Bursa Efek Indonesia. Metode pengolahan data menggunakan *E-views*. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan cukup besar, berarti menunjukkan bahwa

GCG dan CSR yang di terapkan dalam perusahaan berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.