

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

The Influence of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on Company Value with Profitability as a Moderating Variable

Suryanto Wijaya^a, Yanuar Ramadhan^b

Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul^{a,b}

^asuryanto67@student.esaunggul.ac.id, ^byanuar.ramadhan@esaunggul.ac.id

Disubmit : 25 Mei 2025, Diterima : 30 Juni 2025, Dipublikasi : 15 Juli 2025

Abstract

Company value is an important thing in determining whether a company is good or bad and can explain how the company is performing and can describe the company's potential for development. High company value increases market confidence, which can help in attracting quality customers, business partners, and employees. The aim of this research is to determine the influence of good corporate governance and CSR in banking companies on company value and profitability can moderate the relationship between good corporate governance and CSR on company value. This research has a population of up to 17 banking companies with 14 sample companies used. From the findings in this research, it can be concluded that CSR has a positive influence on company value. GCG has a positive influence on company value and the profitability variable cannot moderate the influence of CSR on company value and the influence of GCG on company value.

Keywords: CSR, Good Corporate Governance, Company Values.

Abstrak

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting dalam menentukan perusahaan tersebut baik atau kurang baik serta dapat menjelaskan bagaimana kinerja perusahaan tersebut dan dapat menggambarkan bagaimana potensi perusahaan tersebut dalam berkembang. Nilai perusahaan yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasar, yang dapat membantu dalam menarik pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan berkualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Good corporate governance dan CSR pada perusahaan perbankan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara good corporate governance dan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki sampel 17 perusahaan perbankan populasinya dengan 14 sampel perusahaan yang digunakan. Dari temuan-temuan yang ada dipenelitian ini dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. GCG memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan serta variabel profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dan pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, Good Corporate Governance, Nilai Perusahaan.

1. Pendahuluan

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting dalam menentukan perusahaan tersebut baik atau kurang baik serta dapat menjelaskan bagaimana kinerja perusahaan tersebut dan dapat menggambarkan bagaimana potensi perusahaan tersebut dalam berkembang. Nilai perusahaan yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasar, yang dapat membantu dalam menarik pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan berkualitas. Memahami nilai perusahaan membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis, seperti ekspansi, investasi, dan pengembangan produk. Nilai

perusahaan dapat membantu dalam penilaian risiko, baik untuk manajemen internal maupun bagi pihak eksternal seperti investor dan kreditor.

Pada Akhir perdagangan jumat 15 maret 2024 Indeks saham IHSG di Indonesia menurun 1.42 % seperti dilampirkan pada Laman CNBC. Dimana pada penurunan saham ini terdapat sektor yang mempengaruhi sebagai pemberat penurunan saham ini adalah sektor perbankan, dengan persentase penurunan terbesar sebanyak 20,36 poin pada Perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia yang merupakan perusahaan pada sektor perbankan serta ada perusahaan Bank Central Asia (BBCA) yang mengalami penurunan sebesar -11,95 poin pada indeks poin saham. Penurunan pada sektor keuangan ini seperti yang dilampirkan di laman CNBC sektor ini memberikan penekanan penurunan sebesar 1.96% dampak pada saham IHSG. dan pada penutupan tahun 2023 seperti dilampirkan oleh CNBC pada 2 januari 2024 saham IHSG turun 0.11% dari posisi 7.265,05 lalu pada 15 maret 2024 turun kembali ke posisi 7.328,05. Hal ini diperkuat dengan nilai PBV pada perusahaan perbankan seperti BCA yang pada tahun 2019 memiliki rasio 4.7 dan menurut di 2020 dengan nilai 4.5 lalu pada 2021 menjadi 4.4 dan 2022 menjadi 4.8 lalu terendah pada 4.1 di tahun 2023. Serta Bank Jtrust yang memiliki PBV pada tahun 2020 4.86 lalu terus menurun sampai 2023 dengan nilai 0.58. Demikian juga dengan Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk dengan pada tahun 2019 terus menurun sampai 2023 dengan nilai PBV 0.6. Bukan hanya itu bank danamon juga mengalami penurunan pada 2019 0.85 dan pada tahun 2023 menjadi 0.53 PBVnya.

Corporate social responsibility atau biasa disebut tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjadi hal yang menarik bagi masyarakat dalam mengatasi kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat .serta mendapatkan citra baik pada stakeholder dan pemangku kepentingan perusahaan.pada penelitian yang dilakukan Afifah et al., (2021) *CSR* memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan harus melakukan pengeluaran yang lebih pada hal ini. Tetapi *CSR* ini dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa mendatang dan keuntungan yang didapat dari *CSR* adalah keuntungan jangka panjang dikarenakan perusahaan mendapatkan keberlanjutan dan reputasi perusahaan yang baik dimasa mendatang. Dan pada penlitian Angraini B. & Murtanto, (2023), *CSR* memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan Implementasi tata kelola perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan keduanya bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham. Ini juga dapat diinterpretasikan bahwa perusahaan yang memiliki tata kelola perusahaan yang baik, karakteristik perusahaan yang solid, dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keberlanjutan pasti memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Namun, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih bersifat sukarela. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang masih bersifat sukarela akan dianggap sebagai sinyal positif yang memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan perusahaan (Bawai & Dewi K., 2021). Sehingga terdapatnya gap pada penelitian ini. Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki efek negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, semakin banyak perusahaan menerapkan *CSR* maka nilai perusahaan akan semakin rendah, dan sebaliknya. Hal ini karena investor menilai implementasi *CSR* dapat mengakibatkan biaya agensi, yang merupakan bentuk pemborosan sumber daya perusahaan. *CSR* dapat merugikan perusahaan karena dapat menyebabkan biaya agensi dan pemborosan biaya tambahan yang memanfaatkan sumber daya perusahaan, sehingga menurunkan kinerja dan nilai perusahaan. Biaya agensi ini

timbul karena adanya konflik kepentingan antara pemegang saham (internal dan institusional) yang melihat peningkatan pengeluaran untuk CSR sebagai upaya untuk meningkatkan citra positif perusahaan yang akan mempengaruhi nilai wajar (Mukhtaruddin et al., 2019).

Good corporate governance memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Khair et al., 2023). Sedangkan *Good corporate governance* memiliki dampak yang negatif dengan variabel ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit terhadap nilai perusahaan (Herdiani et al., 2021) GCG tidak memiliki peran yang signifikan dalam Nilai Perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kepercayaan investor terhadap implementasi GCG di Indonesia karena munculnya kasus penyalahgunaan wewenang. Oleh karena itu, implementasi GCG tidak menjamin peningkatan penilaian investor. Penelitian Septiani & Urip (2020) mengungkapkan bahwa GCG memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur pada tahun 2019. Ini berarti bahwa semakin baik GCG, nilai perusahaan di mata investor justru menurun. Hal ini disebabkan oleh implementasi praktik GCG yang belum optimal di perusahaan-perusahaan tersebut. *Good corporate governance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan pada kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh pada keputusan strategis perusahaan dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Dede & Widyawati, 2022). Lalu GCG memiliki pengaruh negatif dikarenakan praktik GCG dalam suatu perusahaan masih belum maksimal dan terimplementasi dengan baik (Utami & Wulandari, 2021). Ardesta & Andayani (2020) menyatakan bahwa GCG memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan GCG dapat memberikan kontrol dan pengambilan strategis perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam praktiknya.

Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel komite audit, dewan komisaris independen dan kepemilikan manajerial pada perhitungan GCGnya pada penelitian ini peneliti menggunakan penilaian dari OJK. Serta pada penilaian CSR menggunakan biaya CSR dimana penelitian sebelumnya menggunakan GRI pada penelitiannya.

Sesuai dengan teori Baron & Kenny, (1986) profitabilitas dalam penelitian ini dapat lebih tepat digunakan sebagai variabel moderasi dikarenakan profitabilitas diyakini dapat mempengaruhi hubungan antara GCG dan CSR pada nilai perusahaan tanpa menjadi bagian dari mekanisme yang menjelaskan hubungan tersebut. Profitabilitas jika sebagai moderasi akan menjadi bagian dari jalur mekanisme yang menghubungkan hubungan antara CSR dan GCG dengan nilai perusahaan. Pada penelitian Rasyid et al., (2022) menyatakan bahwa Penelitian yang dilakukan di perusahaan pertambangan pada tahun 2017-2019 menemukan moderasi profitabilitas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak dapat dimoderasi hubungannya terhadap pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya pada penelitian Firdaus & Haryati (2024) memberikan hasil yang berbeda dimana profitabilitas dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Pada tersebut juga menyatakan bahwa profitabilitas juga dapat memoderasi antara GCG terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya menyatakan bahwa GCG tidak dimoderasi oleh profitabilitas untuk pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan dalam pemilihan investasinya investor memiliki aspek lain selain profitabilitas dalam keputusannya (Wulandari & Rahmawati, 2022). Sehingga terjadinya gap antara penelitian sebelumnya maka diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk mengisi gap pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Good corporate governance* dan *CSR* pada perusahaan perbankan terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *good corporate governance* dan *CSR* terhadap nilai perusahaan sehingga dapat memberikan penjelasan pada penurunan nilai saham pada perusahaan perbankan di Indonesia.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Signaling

Teori Sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spencer (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Dalam membangun teori signal berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi yang berasal dari manajemen dan informasi yang berasal dari pemegang saham Teori ini berdasarkan pemikiran bahwa manajemen akan memberikan informasi kepada investor atau pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik yang berkaitan dengan perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi, investor tidak mempercayai informasi tersebut karena para manajer dianggap memiliki kepentingan tersendiri/*interest party*, sehingga perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan melakukan signaling terhadap kebijakan keuangan perusahaan dan hal ini berbeda dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah. Signal adalah proses yang memakan biaya, berupa *deadweight costing* yang bertujuan untuk menyakinkan investor tentang nilai perusahaan. Signal yang baik adalah yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain yang memiliki nilai rendah karena faktor biaya. *Signal* dapat berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan A lebih baik daripada perusahaan B atau perusahaan lainnya. Signal juga dapat berupa informasi yang dapat dipercaya terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Teori Agency

Agency Theory Menurut Jensen & Meckling (1976) dalam Teori Keagenan (*Agency Theory*) yaitu situasi yang terjadi di dalam suatu perusahaan di mana pihak eksekutif, yang sering disebut sebagai agen, dan pemilik modal (pemilik perusahaan), yang dianggap sebagai prinsipal, membangun sebuah perjanjian kerja sama yang dikenal sebagai "nexus of contract". Perjanjian kerja sama ini berisikan ketentuanketentuan yang menggambarkan bahwa manajemen perusahaan berkewajiban untuk bekerja sama dengan sebaik-baiknya guna memberikan kepuasan maksimal, seperti memperoleh keuntungan yang tinggi, kepada pemilik modal.(Putri & Utomo., 2021)

Teori Nilai Perusahaan

Nilai sebuah perusahaan mencerminkan tingkat pencapaian yang diperoleh sejak berdirinya hingga saat ini, yang secara langsung berkaitan dengan kepercayaan yang dimiliki masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan dianggap sebagai pencapaian yang diidamkan oleh para pemilik karena ini berarti peningkatan dalam kesejahteraan mereka. Nilai perusahaan diukur melalui proses dan reputasi yang dibangun selama bertahun-tahun. Sebuah nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang solid dan prospek yang menjanjikan, membuatnya dipercaya oleh investor. Perubahan nilai

perusahaan ini terlihat dari fluktuasi harga sahamnya. Jika harga saham naik, nilai perusahaan pun meningkat, yang berarti peningkatan dalam kemakmuran para pemegang saham. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting bagi pemegang saham. Metode Price to Book Value (PBV) adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk menilai nilai pasar dari perusahaan. PBV yang tinggi menunjukkan kepercayaan pasar terhadap prospek jangka panjang perusahaan, sesuatu yang diharapkan oleh pemilik perusahaan karena hal ini menandakan tingkat kemakmuran yang lebih tinggi bagi pemegang saham. PBV juga membantu dalam menentukan apakah harga saham perusahaan lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai bukunya. (Putri & Ramadhan, 2022)

Teori *Good corporate governance*

Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 yang dikeluarkan oleh Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, diatur mengenai perseroan terbatas dan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good corporate governance*) yang harus diterapkan dalam operasional perusahaan. Prinsip-prinsip tersebut telah diatur lebih lanjut melalui Keputusan Menteri BUMN Tahun 2002. Prinsip-prinsip *Good corporate governance (GCG)* yang harus dijunjung tinggi meliputi aspek-aspek seperti transparansi, independensi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, serta kewajaran dan kesetaraan (Firdaus et al. 2024).

Teori *CSR*

Davis (1960) menyatakan bahwa bisnis tidak dapat mengabaikan tanggung jawab sosial mereka. Sejalan dengan pandangan tersebut, Friedman (1970) berpendapat satu-satunya tanggung jawab bisnis adalah meningkatkan keuntungan mereka dan secara tegas menyatakan bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial bisnis adalah untuk 'menggunakan sumber dayanya dan terlibat dalam aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keuntungannya selama itu tetap dalam aturan permainan'. *CSR* dapat didefinisikan sebagai tindakan yang mendorong kegiatan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan apa yang disyaratkan oleh hukum. Untuk memahami definisi ini membutuhkan pengakuan bahwa kebijakan *CSR* adalah tindakan yang melampaui kepatuhan hukum menjadi hal yang positif berdampak pada masyarakat (komunitas, lingkungan, karyawan, dan lain-lain). mengatakan bahwa ada 3 prinsip utama *CSR*, yaitu, Sustainability Prinsip ini berkaitan dengan dampak sebuah tindakan yang diambil pada masa sekarang dapat memiliki beberapa kemungkinan ketersediaan di sumber daya di masa depan. Apakah cukup atau tidak sumber daya tersebut di masa depan. Hal ini menjadi perhatian penting bagi sumber daya yang mempunyai jumlah terbatas. Akuntabilitas Akuntabilitas berkaitan dengan pengakuan perusahaan dalam melakukan tindakan yang mempengaruhi lingkungan sekitar perusahaan dan karena pengakuan tersebut perusahaan berasumsi untuk bertanggung jawab pada tindakan yang dilakukan. Prinsip ini berdampak pada perhitungan dari tindakan yang akan diambil perusahaan baik internal organisasi maupun eksternal. Transparansi Transparansi merupakan prinsip dasar mekanisme pelaporan perusahaan, pelaporan yang diungkapkan, diharapkan setiap kegiatan yang dilakukan dipastikan akan dilaporkan secara fakta yang ada dan tidak disembunyikan dalam laporan tersebut. Banyak perusahaan yang berkomitmen terhadap *CSR*, karena perusahaan yang terlibat dalam kegiatan *CSR* dapat menjaga kualitas hubungan

dengan investor sehingga perusahaan akan berusaha untuk tidak mempraktikkan manajemen laba. (Santoso & Raharjo, 2022)

Teori Profitabilitas

Rasio profitabilitas ialah kumpulan rasio yang menunjukkan bagaimana likuiditas, manajemen aktiva, dan utang mempengaruhi hasil operasi rasio yang umum digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas ialah gross profit margin, operating profit margin, net profit margin, return on equity dan return on assets (Angraini, B. & Murtanto, 2023). Profit adalah kemampuan organisasi untuk menghasilkan pendapatan pada titik tertentu dalam jangka waktu tertentu pada tingkat pendapatan, properti, dan persentase modal tertentu. Profitabilitas suatu organisasi dapat dinilai dalam berbagai metode yang mengandalkan pendapatan dan properti atau modal sebagai cara yang baik untuk dibandingkan satu sama lain. Profitabilitas suatu organisasi akan berpengaruh pada pedoman pembeli pada investasi yang dilakukan. Potensi organisasi untuk menghasilkan pendapatan dapat menarik pembeli untuk melakukan investasi anggaran mereka dengan tujuan untuk memperbesar perusahaan mereka, dalam kasus lain tingkat profitabilitas yang rendah akan memotivasi pembeli untuk menarik anggaran mereka. Sedangkan untuk organisasi itu sendiri, profitabilitas dapat digunakan sebagai penilaian efektivitas pengendalian entitas perusahaan

Asset Return Ratio (ROA) adalah rasio profitabilitas untuk mengevaluasi proporsil pendapatan (income) yang diterima melalui organisasi yang terkait dengan aset atau properti umum agar kinerja organisasi dalam mengatasi propertinya dapat terlihat dari proporsi rasio ini. (Khair et al., 2023)

Hubungan Antar Variabel

CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan CSR pada perusahaan memberikan sinyal-sinyal positif terhadap publik dimana pengungkapan ini memberikan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar sehingga dapat memberikan nilai kepercayaan lebih pada perusahaan. praktik ini merupakan strategi yang digunakan untuk menarik simpati para investor dan konsumen pada produk atau jasa. *Corporate social responsibility (CSR)* adalah praktik bisnis di mana perusahaan secara sukarela memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka serta berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. *Corporate social responsibility (CSR)* adalah praktik bisnis di mana perusahaan secara sukarela memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka serta berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Seperti penelitian Angraini, B & Murtanto (2023) yang menyatakan bahwa CSR memberikan nilai positif terhadap nilai perusahaan. CSR dapat meningkatkan transparansi dan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah yang berlaku sehingga dapat meningkatkan hasil yang baik terhadap nilai perusahaan (Ronald et al., 2019).

H1: CSR mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Good corporate governance berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin kecil predikat yang mengungkapkan tata kelola perusahaan yang baik, semakin besar dampaknya bagi investor dan karenanya pada nilai perusahaan. Begitu pula

sebaliknya, semakin tinggi predikat pengungkapan *Good corporate governance* maka akan berdampak pada semakin rendahnya nilai perusahaan sehingga dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Khair et al., 2023). GCG berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan karena bank mendorong agen untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsip dengan mengutamakan kepentingan utama perusahaan. Selain itu, pengungkapan yang baik memberikan sinyal positif kepada investor, sehingga mereka lebih cenderung untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut (Suhara & Susilowati, 2022). Prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibility, independen dan kewajaran dalam GCG akan membantu meningkatkan kepercayaan para Investor terhadap perusahaan sehingga akan tergerak untuk berinvestasi pada perusahaan dengan penerapan GCG. Semakin baik penerapan GCG maka akan semakin besar kepercayaan investor (Utami & Yusniar, 2020). Salah satu upaya perusahaan dalam mengurangi adanya konflik yang terjadi pada pemilik saham dan manajerial adalah dengan adanya kepemilikan manajerial di saham perusahaan tersebut serta adanya dewan komisaris independen yang dapat menjadi solusi pada permasalahan agency ini serta dengan adanya hal ini dapat memberikan nilai positif terhadap publik pada perusahaan yang melakukan tata kelola yang baik

H2: *Good corporate governance* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas sebagai moderasi CSR dan Nilai Perusahaan

Pada dasarnya para investor menginginkan perusahaan mereka memiliki profitabilitas yang tinggi dimana profitabilitas merupakan salah satu hal yang dapat memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi, maka bisa ditarik beberapa sebagai berikut Profitabilitas bisa memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, (Firdaus & Haryati, 2024). Profitabilitas merupakan hal yang penting dalam nilai perusahaan dikarenakan para investor ingin melihat bagaimana kinerja perusahaan tersebut dengan melihat apakah profitabilitas ini dapat meningkatkan praktik CSR pada perusahaan perbankan. Dikarenakan faktor profitabilitas merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan yaitu mencari laba. Laba perusahaan yang baik diharapkan dapat menguatkan CSR pada perusahaan juga maka dengan sinyal-sinyal positif tersebut dapat menambah nilai perusahaan. Profitabilitas juga dapat menambah kepercayaan investor dalam melakukan investasinya dan dengan hal itu CSR perusahaan juga akan meningkat.

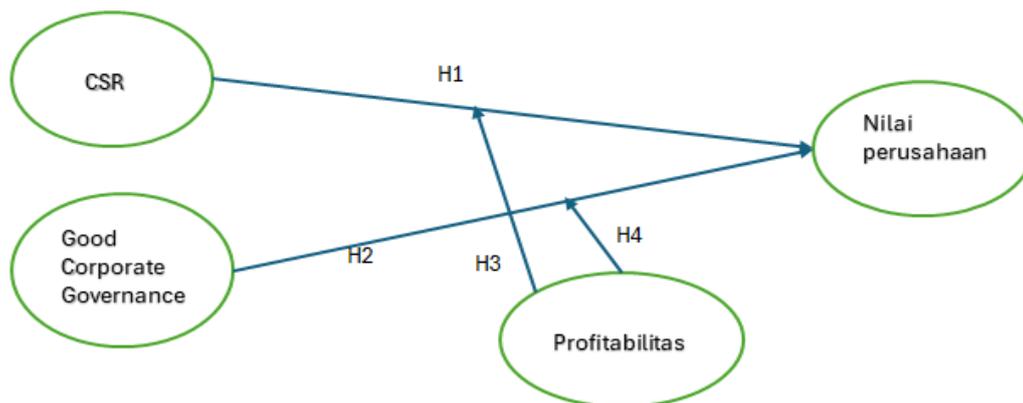
H3: Profitabilitas dapat memoderasi CSR dan nilai perusahaan

Profitabilitas sebagai moderasi *Good corporate governance* dan Nilai Perusahaan

Pengaruh tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh yang tidak langsung serta pada dasarnya profitabilitas merupakan salah satu hal yang dapat memperkuat tata kelola perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memperkuat tata kelola perusahaan dikarenakan memberikan implikasi manajemen yang baik. *Good corporate governance (GCG)* berpengaruh tidak langsung signifikan terhadap nilai perusahaan atau profitabilitas dan terbukti menjadi variabel moderator yang signifikan, menunjukkan bahwa ROA dapat menjembatani dan mempengaruhi

hubungan antara *Good corporate governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan. (Khair et al., 2023). Tata kelola perusahaan merupakan salah satu hal yang penting dalam perusahaan perbankan dikarenakan manajemen yang baik serta tata kelola perusahaan yang independen dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dan variabel moderasi seperti profitabilitas diharapkan dapat meningkatkan nilai *good corporate governance* pada perusahaan dan penerapannya. Profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur yang dapat memperkuat hubungan *good corporate governance*. Kepercayaan Investor Profitabilitas yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata investor. GCG yang baik juga berperan penting dalam menjaga kepercayaan tersebut dengan memastikan transparansi dan akuntabilitas. Maka dapat dikaitkan bahwa profitabilitas yang baik maka perusahaan akan cenderung memperkuat tata kelola perusahaan itu juga.

H4: Profitabilitas dapat memoderasi *Good corporate governance* dan nilai perusahaan



Gambar 1. Model penelitian

3. Metode

Data yang digunakan adalah data sustainability report yang dilaporkan perusahaan perbankan pada periode 2019-2023 yang terdaftar pada laman IDX dan untuk data nilai perusahaan menggunakan laporan keuangan perusahaan serta data untuk *Good corporate governance* menggunakan laporan GCG yang diterbitkan oleh perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikeluarkan oleh perusahaan, jumlah perusahaan yang diteliti adalah 17 perusahaan bank.

Tabel 1. Populasi penelitian

Populasi	Jumlah
Jumlah perusahaan	17
Periode 2019-2023	85

Kriteria selanjutnya adalah perusahaan menerbitkan laporan GCG dan keberlanjutan secara berturut-turut dari 2019 sampai 2023. Variabel terikat pada penelitian ini adalah nilai perusahaan dimana variabel independennya adalah CSR dan GCG. CSR menggunakan biaya CSR dalam penelitiannya, GCG menggunakan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 55/POJK.03/2016 tentang Penerapan Tata Kelola bagi Bank Umum serta Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 13/SEOJK.03/2017

tentang Penerapan Tata Kelola Bagi Bank Umum dan nilai perusahaan menggunakan PBV(price to book value) PBV (Price to Book Value) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara harga pasaran saham suatu perusahaan dengan nilai buku ekuitasnya. Nilai buku, atau book value, adalah jumlah yang dicatat di laporan keuangan sebuah perusahaan yang mewakili total aset dikurangi total liabilitas. PBV dihitung dengan cara membagi harga pasar per saham perusahaan dengan nilai buku per saham. PBV memberi indikasi seberapa tinggi atau rendah harga saham perusahaan jika dibandingkan dengan nilai bukunya. PBV yang tinggi menunjukkan bahwa harga saham lebih mahal dibandingkan nilai bukunya, sedangkan rasio PBV yang rendah menunjukkan sebaliknya. Rasio ini sering digunakan oleh investor untuk menentukan apakah harga saham suatu perusahaan dinilai wajar atau tidak. Dengan rumus PBV sebagai berikut.

Persamaan 1. Price to Book Value

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

ROA, yang merupakan singkatan dari Return on Assets, adalah indikator keuangan yang menggambarkan seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menciptakan keuntungan. ROA dihitung dengan membagi laba bersih yang dihasilkan perusahaan selama periode tertentu dengan jumlah total aset rata-rata selama periode yang sama. Laba bersih yang digunakan dalam perhitungan ini diambil dari laporan laba rugi perusahaan, sementara total aset rata-rata dihitung dari nilai aset di awal dan akhir periode yang ditinjau, biasanya setahun. ROA memberikan wawasan tentang seberapa baik manajemen perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan. Rasio yang lebih tinggi menunjukkan efisiensi yang lebih tinggi dalam penggunaan aset, sedangkan rasio yang lebih rendah mungkin menunjukkan penggunaan aset yang kurang efektif. ROA adalah alat yang berharga bagi investor untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi asetnya. Lalu untuk perhitungan profitabilitas menggunakan rumus ROA sebagai berikut.

Persamaan 2. Return on Asset

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Untuk penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* dengan menggunakan aplikasi statistik. pada uji asumsi klasi terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Dimana uji normalitas uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Moderated Regression Analysis merupakan uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen).

Persamaan 3. Moderated Regression Analysis

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3Z + \beta_4X_1.Z + \beta_5X_2.Z + e$$

Y	=	Nilai Perusahaan
α	=	Konstanta (<i>value</i>)
$\beta_1 - \beta_5$	=	Koefisien Regresi (<i>value</i>)
X1	=	CSR
X2	=	Good corporate governance (GCG)
Z	=	Profitabilitas sebagai Moderasi
X1.Z	=	Moderasi CSR dengan Nilai Perusahaan
X2.Z	=	Moderasi Good corporate governance dengan Nilai Perusahaan
E	=	Error (<i>value</i>)

4. Hasil Dan Pembahasan Analisis Deskriptif

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean
PBV	0.14	4.86	1.56
Profitabilitas	-2.99	3.46	1.30
GCG	3	5	4.09
CSR	IDR 152,222,300.00	IDR 284,999,000,000.00	IDR 54,318,329,302.91

Pada tabel tersebut dijelaskan bahwa nilai minimal PBV adalah 0.14 dan nilai maksimalnya 4.86 dengan rata-rata 1.56. Profitabilitas memiliki nilai minimal negatif 2.99 dan nilai maksimum 3.46 serta rata-rata 1.30. GCG memiliki nilai minimum 3 dan maksimum 5 dengan nilai rata-rata 4.09 dan biaya CSR dapat dijelaskan memiliki nilai minimum 152,222,300 dengan nilai maksimalnya 284,999,000,000 dengan nilai rata-rata 54,318,329,302.91.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	68
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d

Pada tabel 2 dapat ditemukan bahwa signifikansi 2-tailed bernilai 0,200 yang dimana dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dikarenakan pada tabel tersebut nilai signifikansi 2-tailed melebihi 0,05. Maka model ini dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.017	0.939		0.018	0.985
	CSR	-0.347	0.756	-0.065	-0.459	0.648
	GCG	0.351	0.600	0.082	0.585	0.561
	PBV	0.111	0.058	0.245	1.922	0.059

Pada tabel 3 dapat ditemukan bahwa CSR memiliki nilai signifikansi 0,648 dan GCG memiliki 0.561 serta PBV memiliki signifikansi 0,059 dimana semua angka tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data uji ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Uji multikolinearitas

Tabel 5. Uji multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR	0.733	1.364
GCG	0.733	1.365
PBV	0.894	1.119

Dapat dilihat pada tabel 4 dapat ditemukan variabel X1 memiliki nilai tolerance 0.733 dan X2 memiliki nilai 0.733 serta nilai Z memiliki nilai 0.894 . Nilai VIF variabel X1 X2 dan Z bernilai masing-masing 1.364 ,1,365 dan 1.119 dimana nilai Tolerance variabel-variabel tersebut dibawah 1.000 dan nilai VIF dibawah 10.000 maka dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolinearitas pada data yang akan digunakan ini.

Uji regresi Linear berganda

Tabel 6. Uji regresi Linear berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.561	1.512		-2.355	0.022
CSR	3.934	1.185	0.424	3.319	0.001
GCG	1.951	0.968	0.257	2.015	0.048

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa CSR memiliki signifikansi 0.001 dengan nilai T 3.319 dimana pada hal ini bahwa Hipotesis ini diterima dan pada variabel GCG memiliki signifikansi 0.048 dan nilai t positif 2.015 sehingga hipotesis diterima dikarenakan untuk hipotesis diterima nilai signifikansi dibawah 0.05.

Tabel 7. Uji simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6.232	2	3.116	5.693	.005 ^b
Residual	35.576	65	0.547		
Total	41.808	67			

Pada tabel 6 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi ada pada nilai 0.005 dimana dapat diimplikasikan variabel-variabel independen memiliki pengaruh yang secara simultan.

Uji MRA

Tabel 8. Uji MRA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.038	1.501		-2.024	0.047
CSR	4.501	1.213	0.485	3.712	0.000
GCG	1.411	0.984	0.186	1.434	0.156
CSR_Z	0.633	1.039	0.220	0.609	0.544
GCG_Z	0.272	0.220	0.465	1.240	0.220

Pada tabel 7 dapat dilihat signifikansi *CSR_Z* dan *GCG_Z* mendapatkan signifikansi 0.544 dan 0.220 berada diatas 0.05 sehingga pada tabel tersebut disimpulkan bahwa variabel moderasi tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pada tabel uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa *CSR* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai pada hipotesis yang dinyatakan diawal yang menyatakan *CSR* memiliki pengaruh yang positif pada nilai perusahaan. Menurut teori sinyaling pengungkapan *CSR* memiliki sinyal-sinyal yang positif yang diberikan perusahaan kepada publik. Pada perusahaan perbankan merupakan perusahaan jasa yang pada saat ini memiliki fokus pada digitalisasi bank. Hal ini menyebabkan pengeluaran *CSR* yang diungkapkan oleh perusahaan sejalan dengan tujuan bank yang menuju digitalisasi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan *CSR* dapat memiliki dampak yang positif dikarenakan menunjukkan transparansi sebuah perusahaan serta patuhnya terhadap aturan yang berlaku. Memberikan sinyal positif terhadap lingkungan sekitar sehingga para investor tertarik pada perusahaan dan melakukan investasi di perusahaan tersebut (Ronald et al., 2019). Lalu pada penelitian lainnya mengatakan bahwa *CSR* dapat memberikan dampak berkelanjutan pada perusahaan dan lingkungan sekitar sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan dimata para investor dikarenakan perusahaan yang memberikan *CSR*

yang baik maka akan memiliki keberlanjutan yang baik juga (Angraini, B. & Murtanto, 2023)

Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Pada tabel uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa *Good corporate governance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dari yang dinyatakan diawal bahwa *Good corporate governance* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. GCG berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan karena bank mendorong agen untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsip dengan mengutamakan kepentingan utama perusahaan. Selain itu, pengungkapan yang baik memberikan sinyal positif kepada investor, sehingga mereka lebih cenderung untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dan pada hasil penelitian bahwa penerapan GCG yang baik dapat memberikan dampak positif dikarenakan menandakan bahwa perusahaan tersebut dapat memiliki transparansi yang baik (Utami & Yusniar, 2020). GCG dapat menciptakan nilai tambah karena dengan menerapkan GCG diharapkan perusahaan akan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Khair et al., 2023). Pada penelitian ini menunjukkan kinerja GCG pada perusahaan bank baik dikarenakan GCG dapat menggambarkan integritas, transparansi, dan bagaimana bank dapat melakukan manajemen secara independen. Keputusan yang diambil dalam manajemen tidak terjadi agency teori dikarenakan adanya kepemilikan manajerial pada perusahaan bank tersebut.

Profitabilitas sebagai moderasi CSR dan Nilai Perusahaan

Pada tabel uji MRA dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak dapat menjadi variabel moderasi antara CSR dan nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan konsep yang dinyatakan diawal. Sesuai dengan penelitian Rasyid et al.,(2022) menyatakan profitabilitas gagal memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan karena proksi ROA mencerminkan adanya praktik manajemen laba dimana laba yang dicerminkan pada rasio belum mampu mencerminkan laba sesungguhnya. Dan perusahaan juga akan tetap melakukan CSR dalam praktiknya walaupun perusahaan tersebut dalam keadaan merugi. Dikarenakan CSR pada perusahaan sudah direncanakan dari awal tahun sehingga apakah perusahaan tersebut merugi atau sedang laba program CSR tetap dilakukan sehingga hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Para investor pada hal ini tidak melihat pada hal profitabilitas dalam menilai sebuah CSR perusahaan dan nilai perusahaan.

Profitabilitas sebagai moderasi Good corporate governance dan Nilai Perusahaan

Pada tabel uji MRA dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak dapat menjadi variabel moderasi antara GCG dan nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan konsep yang dinyatakan diawal. Hal ini disebabkan karena investor memiliki pandangan sendiri untuk menentukan pengambilan keputusan dalam investasinya (Astrid & Rahmawati, 2022) Kepemilikan saham yang tinggi oleh manajemen dalam sebuah perusahaan tidak selalu berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Meskipun manajemen memiliki saham internal, kontribusi mereka

terhadap keuntungan perusahaan tidak signifikan karena proporsi kepemilikan saham mereka relatif kecil dibandingkan dengan pemilik saham lainnya.. Penelitian ini menunjukkan bahwa investor dalam pengambilan keputusan investasinya tidak terlalu memperhatikan profitabilitas perusahaan. Sebaliknya, mereka lebih fokus pada mekanisme GCG, termasuk kepemilikan institusional perusahaan tersebut. Dengan demikian, profitabilitas perusahaan tidak mempengaruhi secara signifikan kekuatan atau kelemahan hubungan antara kepemilikan institusional dan nilai perusahaan. Perusahaan perbankan tetap melakukan GCG untuk mematuhi peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 55/POJK.03/2016 .

5. Simpulan

Dari temuan-temuan yang ada dipenelitian ini dapat disimpulkan bahwa *CSR* memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. *GCG* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan serta variabel profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan dan pengaruh *GCG* terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan penelitian ini pada informasi *GCG* yang tidak secara mendetail diungkapkan pada laporan *GCG* untuk dijadikan penelitian. Dan untuk data *CSR* tidak semua perbankan mengungkapkannya secara terpisah tetapi hanya sebagian yang ada pada laporan keberlanjutan dan dilanjutkan di laporan tahunan perbankan.

Implikasi manajerial yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah ditingkatkannya serta program *CSR* pada perusahaan dan *GCG*. *CSR* dan *GCG* saling terkait karena keduanya berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang perusahaan. *GCG* yang baik memberikan dasar bagi perusahaan untuk melaksanakan *CSR* secara efektif, sementara *CSR* yang sukses dapat meningkatkan kepatuhan *GCG* dengan menciptakan lingkungan yang lebih responsif dan bertanggung jawab.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah penambahan perhitungan komite audit, atau *GCG* scorecard, kepemilikan manajerial serta proporsi dewan komisaris untuk mengungkapkan *GCG* dan menggunakan variabel moderasi lain seperti ukuran perusahaan, serta melakukan pada sub sektor perusahaan yang berbeda dan menggunakan penerapan *GCG* pada perusahaan dan implementasinya sebagai pertimbangan untuk investasi dan pengambilan keputusan. Untuk variabel *CSR* bisa menggunakan sub sektor lain seperti manufaktur yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan sekitar. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan agar penerapan *GCG* lebih ditingkatkan serta pengungkapan *CSR* dapat menjadi investasi jangka panjang pada keberlangsungan perusahaan.

6. Daftar Pustaka

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility(CSR) dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Bawai, R., & Kusumadewi, H. (2021). Effect of Corporate Governance, Firm Characteristic, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm

- Value. *Jurnal Economia*, 17(1), 20–33.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Angraini, B., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Ardesta, D., & Andayani, W. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
- Septiani, E. K. A., & Wahyuni Dewi Urip. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4).
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. In *Corporate Ethics and Corporate Governance* (pp. 173–178). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6_14
- Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 87–106. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Firdaus, M. S., & Tantina Haryati. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance(GCG) dan Corporate Social Responsibility(CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Management And Bussines*, 6(1).
- Mukhtaruddin, Ubaidillah, Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto. (2019). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as Moderating Variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v3i1.74>
- Suhara, O. N., & Endah Susilowati. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Memediasi GCG Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4).
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 135–156. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>
- Ronald, S., Ng, S., & Daromes, F. E. (2019). Corporate Social Responsibility as Economic Mechanism for Creating Firm Value. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v3i1.69>
- Dede, R., & Widyawati. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(1).
- Santoso, M. B., & Raharjo, S. T. (2022). Diskursus Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs). *Share : Social Work Journal*, 11(2), 100. <https://doi.org/10.24198/share.v11i2.37076>
- Putri, S. K., & St. Utomo, D. (2021). Peranan Good Corporate Governance Dalam

- Memoderasi Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 10(2).
- Putri, S. W., & Ramadhan, Y. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3).
- Sri Utami, E., & Wulandari, I. (2021). Influence of Implementation of Good Corporate Governance on Company Value. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 7(2). www.idx.co.id.
- Ummul Khair, Hernadianto, Yusmaniart, & Anes Rasela. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- Utami, R., & Yusniar, M. W. (2020). Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 11(2).
- Astrid, W. G., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance(GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(5).