

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*

Anastasya Vivian Risna Dewi^{1*}, Nur Diana², Dewi Diah Fakhriyyah³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi: Anastvrd137@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze and explain the relationship between Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on company value with profitability as an intervening variable. The population of this research is banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023. The sampling technique used purposive sampling and a sample of 15 banking companies was obtained. The data analysis method in this research is quantitative data analysis using SmartPLS with hypothesis testing using the bootstrapping resampling method. The research results show that the Corporate Social Responsibility variable has no effect on company value, Good Corporate Governance has an effect on company value, Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance have no effect on profitability, profitability has an effect on company value, and profitability cannot mediate Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance.

Keywords: *Corporate social responsibility, good corporate governance, profitability, company value.*

PENDAHULUAN

Memaksimalkan sebuah nilai perusahaan merupakan tujuan utama bagi perusahaan. Harga pasar saham merupakan salah satu aspek untuk menentukan nilai perusahaan karena harga pasar saham perusahaan dapat mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki. Harga saham yang semakin tinggi akan berdampak terhadap tingginya keuntungan *stakeholder* yang mana keadaan ini sangat diminati investor. Dengan permintaan saham meningkat, akan memberi efek positif terhadap peningkatan nilai perusahaan (Widyaningsih et al., 2022).

Perbankan menjadi komponen penting dalam struktur ekonomi sebuah negara. Meningkatnya kinerja perusahaan perbankan suatu negara dijadikan tolak ukur kemajuan suatu negara. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan dan semakin dibutuhkan baik oleh pemerintah maupun masyarakat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggunakan laporan keuangan sebagai salah satu dasar dalam penentuan status kesehatan suatu bank. Bank tetap harus menjaga tingkat kesehatan dan meningkatkan kinerjanya demi menjaga kepercayaan masyarakat. Krisis moneter dan skandal keuangan negara di seluruh dunia seperti pada kasus perusahaan Tiongkok yakni evergrande, hal ini dapat membuat sebuah perusahaan penting untuk memusatkan perhatian pada pentingnya *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Dalam laporan tahunan perbankan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* bukanlah kewajiban didalam pelaporan, akan tetapi merupakan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Oleh sebab itu diperlukan pengawasan dan pengendalian sendiri oleh pemilik saham dan dewan komisaris dalam suatu tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance*. Penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia terbilang masih lemah. *Corporate Governance* Negara-negara Asia Tenggara dilakukan oleh *Asean Capital Markets Forum* dan *Asia Development Bank* pada tahun 2017 Indonesia berada di posisi peringkat ke 5.

Beberapa kasus akibat lemahnya penerapan tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia dapat dilihat dari kasus fraud pada Bank Negara Indonesia melibatkan pegawai Bank Negara Indonesia membawa kabur uang milik nasabah yang dikumpulkan dari beberapa kantor

layanan nasabah. dengan kerugian mencapai Rp 7,7 Miliar. Dan kasus fraud juga terjadi pada Bank Central Asia yang melibatkan pegawai Bank Central Asia melakukan pembobolan uang 200 nasabah lewat anjungan tunai mandiri (ATM) dengan kerugian mencapai Rp 5 miliar. Bank Mandiri yang melibatkan pegawai Bank Mandiri melakukan pembobolan Bank Mandiri dengan kerugian mencapai Rp 1,4 triliun. Sistem ekonomi kapitalis mendorong setiap perusahaan untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya yang akan berdampak pada pandangan sentralistik perusahaan untuk mencapai tujuannya namun mengabaikan aspek lainnya (Kurniasari & Bernawati, 2020) Ketika suatu perusahaan semakin berkembang, pada saat itu pula tingkat kesenjangan *social* dan kerusakan lingkungan.

Penerapan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* mencerminkan suatu komitmen akan perusahaan terhadap kepentingan *stakeholders* dan sebuah bentuk tanggung jawab moral dari perusahaan. (Maulida, 2016) Mengacu pada Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai suatu kewajiban yang akan menambah beban atau biaya periodik perusahaan, Namun manfaat jangka panjang, tanggung jawab sosial ini justru dapat mendatangkan sejumlah keuntungan (Solikhah, 2022). Semakin banyak perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* pada laporan keuangannya, maka semakin direspon oleh pasar dengan semakin tinggi harga saham dan semakin tinggi citra nilai perusahaan (Damayanthi, 2019).

Meningkatnya loyalitas konsumen akan berdampak pada meningkatnya laba perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tinggi pula nilai perusahaan (Dewi, 2017). Fenomena pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* melibatkan PT Timah Tbk (TINS) tahun 2015-2022 yang merugikan negara sebesar 271 triliun mencakup dana pemulihan, perhitungan pemanfaatan lahan yang seharusnya didapatkan, dan dampak atas hilangnya daya dukung lingkungan terhadap lingkungan sekitar. berbentuk *Corporate Social Responsibility* kerugian mencakup kerugian keuangan dan kerugian perekonomian Negara dan masyarakat akibat kerusakan lingkungan. Perkembangan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia ditandai dengan semakin banyak perusahaan yang mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility*, baik dalam bentuk amal maupun pemberdayaan. *Good Corporate Governance* atau sebuah tata kelola perusahaan yang baik memiliki peran dalam menentukan nilai dan kelangsungan hidup perusahaan. Krisis ekonomi di Indonesia pada tahun 1997 disebabkan oleh faktor makro dan optimalisasi perusahaan dalam menerapkan sebuah tata kelola perusahaan (CG) dan etika.

Oleh sebab itu untuk menjaga keseimbangan antara semua pihak internal maupun eksternal dalam perusahaan. Salah satunya ialah masalah keagenan yang terjadi apabila pemegang saham (*Principal*) memberikan wewenang kepada (*Agent*) untuk mengelola perusahaan. Dengan demikian, tujuan sebuah perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan akan tercapai. Namun pihak manajemen mempunyai sebuah tujuan dan kepentingan yang bertentangan sehingga berakibat terabaikannya kepentingan saham. (Kurniasari & Bernawati, 2020) Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan membuat prospek perusahaan dimasa depan akan dinilai dengan baik, artinya nilai perusahaan juga akan semakin baik dimata investor. Profitabilitas ialah suatu rasio yang dapat mewakili suatu kondisi keuangan perusahaan, di mana apabila keadaan keuangan suatu perusahaan membaik maka dapat dikatakan kinerja perusahaan tersebut membaik sehingga akan meningkatkan *return* yang didapatkan oleh investor.

Brigham & Houston, (2010) menjelaskan bahwa Profitabilitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas diukur menggunakan rasio profitabilitas yang akan

menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui rasio-rasio seperti *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang berperan penting bagi para pemegang saham (investor) untuk mengambil keputusan dalam menentukan penanaman investasinya, karena rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan atas modal yang mereka investasikan. Suatu kinerja perusahaan tidak hanya dinilai dari faktor keuangan saja, namun juga dari faktor non keuangan yang akan berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan faktor non keuangan yang perlu dipertimbangan pada sebuah perusahaan.

Penelitian Ayu, (2017) menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa diperoleh pada penelitian Rahmantari, (2021) namun hasil berbeda diungkapkan oleh Sari & Febrianti, (2021) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Ardesta, (2018) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa juga diperoleh pada penelitian Utami & Yusniar, (2020). Namun hasil berbeda diungkapkan oleh Wulandari, (2021) yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sehingga terdapat *Gap Research* pada penelitian tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

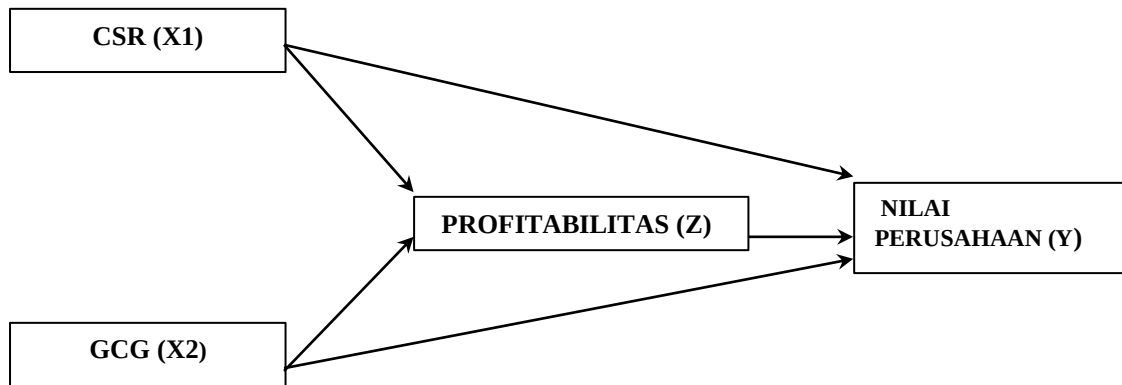
Fakhriyyah & Mawardi, (2020) menyatakan bahwa terpisahnya kepemilikan dan pengelolaan disebabkan *Agency conflict*. Teori keagenan merupakan turunan dari teori permainan (*game theory*) yang mendesain antara kontrak prinsipal dan agen untuk mengatasi konflik kepentingan atau konflik agensi untuk mencapai kesepakatan yang baik. *Agency conflict* yang terjadi antara pemilik saham dan manajer merupakan *agency conflict* tipe I (Jensen dan Meckling, 1976).

Perusahaan di Asia termasuk Indonesia tidak mengalami *agency conflict* tipe I namun mengalami *agency conflict* tipe II yaitu terjadi antara pemegang saham mayoritas dan minoritas dikarenakan struktur kepemilikan perusahaan yang terkonsentrasi. Pemegang saham mayoritas memiliki pengendalian yang lebih besar sehingga berpotensi melakukan praktik *tunneling* terhadap pemegang saham minoritas. Berdasarkan *agency theory*, mekanisme *corporate governance* dipertimbangkan untuk membatasi masalah agensi. Penerapan *good corporate governance* membuat perusahaan berjalan baik dengan memperhatikan hak-hak pemegang saham serta *stakeholder* lain sehingga dapat menurunkan risiko praktik *tunneling* oleh pemegang saham mayoritas.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi dapat dinyatakan bahwa sebuah perusahaan secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan masyarakat bahwa aktivitasnya disetujui oleh pihak eksternal, dengan memastikan bahwa aktivitas bisnisnya sesuai terhadap batasan dan norma yang berada di masyarakat Deegan dan Unerman, (2006:271). Dengan terpenuhinya kontrak sosial, maka keberlangsungan usaha perusahaan akan lebih terjamin karena operasi perusahaan telah sesuai dengan harapan masyarakat. Namun jika perusahaan gagal dalam memenuhi kontrak sosial tersebut, maka akan dapat menimbulkan ancaman bagi perusahaan, seperti pembatasan sumber daya, pemboikotan produk, bahkan pencabutan izin usaha. Bentuk usaha dari sebuah perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar adalah dengan melakukan aktivitas tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.4 Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H1 : Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- H2 : Terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.
- H3 : Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas.
- H4 : Terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap profitabilitas.
- H5 : Terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- H6 : Terdapat pengaruh peran mediasi profitabilitas pada *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- H7 : Terdapat pengaruh peran mediasi profitabilitas pada pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat deskriptif eksplanasi. peneliti menggunakan studi deskriptif melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan desain kausal. Sugiyono (2017: 59), desain kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dapat diartikan bahwa dalam hal ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dalam penelitian ini variabel independen ialah *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*, variabel mediasi ialah Profitabilitas, variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) ialah Nilai Perusahaan. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian *explanatory* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada didalam hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023. Populasi tersebut terdiri dari 47 perusahaan perbankan diperoleh dari laporan keuangan dan tidak mengalami kerugian dalam tahun tersebut dan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode Non Probability Sampling, terutama Purposive Sampling, diterapkan dalam penelitian ini untuk memilih sampel. Sumber data diambil dari perusahaan perbankan yang memenuhi persyaratan, yaitu yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dilihat dari laporan keuangan, laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan tidak mengalami kerugian di tahun tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Table 1. Descriptive Statistics

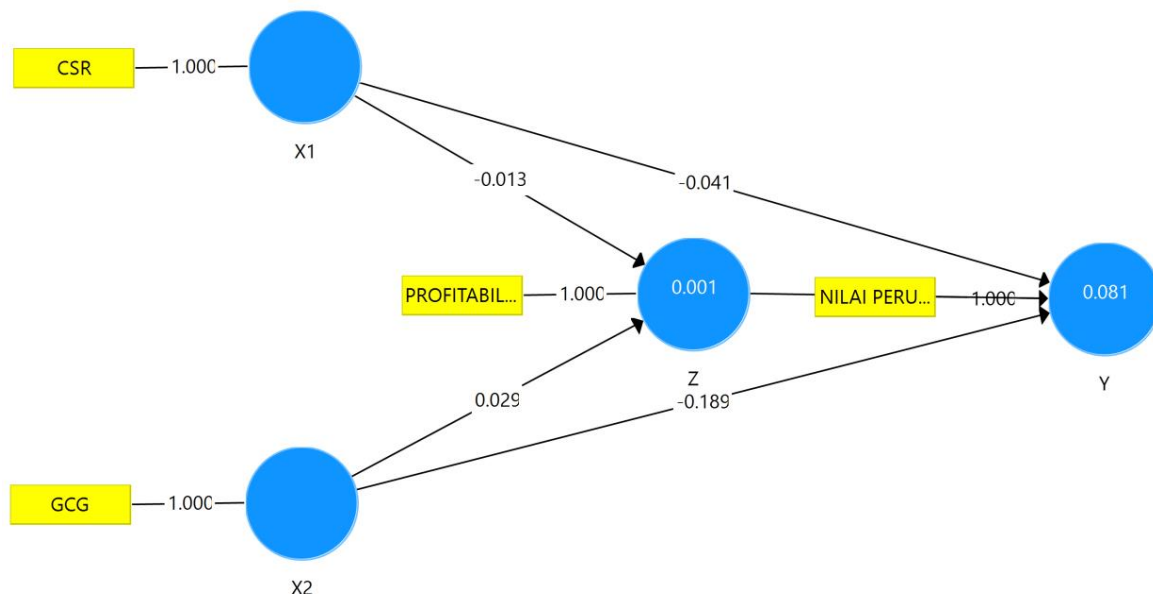
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	75	,37	,78	,6474	,09808
GCG	75	,38	,75	,5440	,07571
ROA	75	,00	,03	,0164	,00811
PBV	75	,10	,98	,4307	,29546
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Data yang diolah oleh, SPSS 202

Berdasarkan uji *analisis statistik deskriptif*, diperoleh 75 data yang dinyatakan valid. Adapun jumlah data yang diperoleh dari 15 perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas (X1) menjelaskan nilai minimum (terkecil) sebesar 0,037; nilai maksimumnya adalah 0,078; nilai rata-rata (mean) sebesar 0,0647 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0980.
2. *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan variabel bebas (X2) yang menjelaskan nilai minimum (terkecil) sebesar 0,038; nilai maksimumnya adalah 0,075; nilai rata-rata (mean) sebesar 0,0544 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0757.
3. Profitabilitas diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) merupakan variabel intervening (Z) yang menjelaskan nilai minimum (terkecil) sebesar 0,00; nilai maksimumnya adalah 0,003; nilai rata-rata (mean) sebesar 0,0164 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0081.
4. Nilai Perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) merupakan variabel terikat (Y) yang menjelaskan nilai minimum (terkecil) sebesar 0,010; nilai maksimumnya adalah 0,098; nilai rata-rata (mean) sebesar 0,0437 dan nilai standar deviasi sebesar 0,029546.

Hasil analisis *partial least square*



Gambar 4.2 Evaluasi Outer Model

Berdasarkan gambar 4.2 di atas, diketahui sebelum dilakukannya olah data algoritma lebih lanjut dapat ditunjukkan bahwa tidak ada nilai *loading factor* yang nilainya lebih kecil dari 0,7. Sehingga sejauh ini belum ada konstruk indikator yang harus dieliminasi atau dihapus karena nilainya lebih besar dari 0,7.

Uji Validitas dengan *Convergent Validity*

Tabel 2. Nilai *Outer Loading*

Variabel	X1	X2	Y	Z
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1,000			
<i>Good Corporate Governance</i>		1,000		
Nilai Perusahaan			1,000	
Profitabilitas				1,000

Sumber: Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui untuk keseluruhan nilai loading masing-masing konstruk refleksi memiliki nilai *loading* > 0,7. Terkait demikian, model dinyatakan telah memenuhi kriteria *convergent validity* baik. Maka dapat dinyatakan nilai *factor loading* dalam variabel *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan adalah valid. *Evaluasi validitas konvergen* selanjutnya adalah melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE).

Tabel 3. Hasil *Discriminant Variabel*

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1,000	Valid
<i>Good Corporate Governance</i>	1,000	Valid
Nilai Perusahaan	1,000	Valid
Profitabilitas	1,000	Valid

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 3 di atas, diketahui untuk variabel *Corporate Social Responsibility* memperoleh nilai AVE sebesar 1,000, variabel *Good Corporate Governance* memperoleh nilai AVE sebesar 1,000, variabel Nilai Perusahaan memperoleh nilai AVE sebesar 1,000, variabel Profitabilitas memperoleh nilai AVE sebesar 1,000. Terkait demikian, diketahui bahwa masing-masing memperoleh nilai AVE lebih dari 0,5. dimana indikator dapat dijelaskan lebih dari 50% atau lebih, sehingga model dapat dilakukan pengujian lebih lanjut dan instrumen pengukuran dalam penelitian ini valid secara konvergen.

Uji Validitas dengan *Discriminant Validity*

Tabel 4. Hasil *Cross Loading*

Variabel	X1	X2	Y	Z
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1.000	0.049	-0.069	0.013
<i>Good Corporate Governance</i>	0.049	1.000	-0.198	0.029
Nilai Perusahaan	-0.069	-0.198	1.000	-0.206
Profitabilitas	0.013	0.029	-0.206	1.000

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 4 di atas, diketahui variabel *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas memperoleh nilai *cross loading* dari variabel laten lainnya. Semua nilai di atas ambang batas yaitu 0,50 sehingga instrumen penelitian dinyatakan **valid** dan indikator-indikator yang telah digunakan dalam penelitian ini telah memiliki nilai *discriminant validity*.

Tabel 5. Hasil *Fornell-Lacker Crition*

Variabel	X1	X2	Y	Z
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1.000			
<i>Good Corporat Governance</i>	0.049	1.000		
Nilai Perusahaan	-0.069	-0.198	1.000	
Profitabilitas	0.013	0.029	-0.206	1.000

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 5 di atas, diketahui untuk variabel *Corporate Social Responsibility* memperoleh nilai akar kuadrat AVE sebesar 1,000, variabel *Good Corporate Governance*

memperoleh nilai akar kuadrat AVE sebesar 1,000, variabel Nilai Perusahaan memperoleh nilai akar kuadrat AVE sebesar 1,000, variabel Profitabilitas memperoleh nilai akar kuadrat AVE sebesar 1,000. Artinya keseluruhan variabel memperoleh nilai akar kuadrat AVE sebesar lebih tinggi dibandingkan korelasi antara konstruk lainnya. Terkait demikian, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model ini sudah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Uji Reliabilitas (*Reliability*)

Tabel 6. Hasil *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1,000	Reliabel
<i>Good Corporate Governance</i>	1,000	Reliabel
Nilai Perusahaan	1,000	Reliabel
Profitabilitas	1,000	Reliabel

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 6 di atas, diketahui bahwa masing-masing variabel memperoleh nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7, dimana nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan.

Tabel 7. Hasil *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1,000	Reliabel
<i>Good Corporate Governance</i>	1,000	Reliabel
Nilai Perusahaan	1,000	Reliabel
Profitabilitas	1,000	Reliabel

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 7 di atas, diketahui untuk variabel *Corporate Social Responsibility* memperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar 1,000, variabel *Good Corporate Governance* memperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar 1,000, variabel Nilai Perusahaan memperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar 1,000, variabel Profitabilitas memperoleh nilai *Cronbach's alpha* 1,000. Berdasarkan hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa semua nilai konstruk memiliki reliabilitas lebih dari 0,7 dan dinyatakan sudah baik.

Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 8. Hasil Nilai *R-Square*

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Nilai Perusahaan	0.082	0.044
Profitabilitas	0.001	-0.027

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 8 di atas, diperoleh nilai *R Square Adjusted* sebesar 0.044 atau 44% artinya Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Nilai *R-Square* variabel Profitabilitas sebesar 0.001 atau 0.01%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh Variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* untuk sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Nilai *F-Square*

Variabel	X1	X2	Y	Z	Besarnya Pengaruh
<i>Corporate Social Responsibility</i>			0.004	0.000	Kecil
<i>Good Corporate Governance</i>			0.039	0.001	Kecil
Nilai Perusahaan					Kecil
Profitabilitas			0.043		Kecil

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 9 di atas, diketahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan memperoleh nilai sebesar 0,004, sedangkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas memperoleh nilai sebesar 0,000, *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan memperoleh nilai sebesar 0,039, *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas memperoleh nilai sebesar 0,001 dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan memperoleh nilai sebesar 0,043, dari beberapa variabel tersebut masuk dalam kategori kecil.

Tabel 10. Hasil Uji Blinfoling

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
X1	75,000	75,000	
X2	75,000	75,000	
Y	75,000	74,520	0,006
Z	75,000	78,698	-0,049

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa hasil observasi data memiliki nilai Q2 sebesar 0,006 dan -0,049 yang berarti dapat disimpulkan bahwa nilai observasi sudah dinyatakan baik karena nilai sudah lebih besar dari 0.

Tabel 11. Hasil Model Fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.000	0.000
d_ ULS	0.000	0.000
d_ G	0.000	0.000
Chi-Square	0.000	0.000
NFI	1.000	1.000

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat dilihat bahwa nilai SRMR memperoleh nilai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai SRMR masuk dalam kategori baik yaitu dibawah 0,10. Adapun nilai d_ G sebesar 0,000. Nilai NFI sebesar 1,000 dan dipersenkan atau (x100) menghasilkan nilai sebesar 100%, maka dapat disimpulkan bahwa nilai model fit sudah dinyatakan baik.

Pengujian Hipotesis

Tabel 12. Hasil Pengujian Hipotesis Langsung

Hipotesis	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (I) O/STDEV (I)	P Values
X1 -> Y	-0,041	-0,043	0,116	0,352	0,362
X1 -> Z	-0,013	-0,012	0,104	0,128	0,449
X2 -> Y	-0,189	-0,188	0,100	1,885	0,030
X2 -> Z	0,029	0,033	0,091	0,325	0,373
Z -> Y	-0,201	-0,197	0,112	1,794	0,037

Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Tabel 13. Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (I) O/STDEV (I)	P Values
X1 -> Z -> Y	0,003	0,003	0,023	0,113	0,455
X2 -> Z -> Y	-0,006	-0,006	0,021	0,282	0,389

Sumber : Data yang diolah oleh, SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel 12 dan tabel 13 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistic sebesar 0,352 dengan nilai p value sebesar 0,362 > 0,05. Artinya H1 ditolak dan H0

diterima, maka variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Tidak adanya pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan perbankan disebabkan oleh banyaknya bank yang belum melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dengan benar dan mendalam, pelaporan *Corporate Social Responsibility* sering kali dilaporkan secara singkat dan tidak berimbang, serta investor yang tidak begitu mempertimbangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada keputusan investasinya.

Liu dan Zhang (2016) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* menjadi strategi jangka panjang yang digunakan perusahaan sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan perusahaan melalui perolehan legitimasi dari masyarakat, sehingga informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga akan memberikan manfaat yang signifikan dalam jangka panjang. Namun investor di Indonesia cenderung melakukan jual beli saham secara harian tanpa memerhatikan keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Dengan begitu, berapapun jumlah informasi dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dianggap tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap kesejahteraan para pemegang saham. Sinyal dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* kurang kuat untuk kemudian direspon oleh investor secara positif dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga harga saham tidak akan berubah secara signifikan. Dengan begitu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan yang diukur dengan PBV. Hasil ini sejalan dalam penelitian Utomo, (2024) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai Perusahaan dengan nilai t statistic sebesar 1,885 dengan nilai p value sebesar $0,030 < 0,05$. Artinya H2 diterima dan H0 ditolak, *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan tahun 2019-2023. Khasanah & Sucipto, (2020) berpendapat hal ini artinya semakin baik *Good Corporate Governance* pada perusahaan sektor perbankan pada tahun 2019-2023. maka semakin meningkat pula nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa manajer sebagai agen dapat menjalankan operasi perusahaan dengan baik, sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. ketika penerapan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan itu baik maka pendapatan perusahaan dapat ditingkatkan. Penerapan *Good Corporate Governance* yang diukur dengan dewan komisaris dan komisaris independen yang baik maka proses pengambilan keputusan akan berlangsung secara lebih baik sehingga dapat menghasilkan keputusan yang optimal, dapat meningkatkan efisiensi serta terciptanya budaya kerja yang lebih sehat. Hasil ini sejalan dalam penelitian yang dilakukan oleh Marini & Marina, (2017) menyatakan bahwa dewan komisaris dan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas dengan nilai t statistic sebesar 0,128 dengan nilai p value sebesar $0,449 > 0,05$. Artinya H3 ditolak dan H0 diterima, maka variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap variabel Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA. Sucipto, (2020) berpendapat hal tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu menjadi faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dianggap membutuhkan biaya tambahan yang nantinya dapat menurunkan profitabilitas perusahaan. Hasil ini sejalan dalam penelitian Rumengan et al., (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas

Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Profitabilitas

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Profitabilitas dengan nilai t statistic sebesar 0,325 dengan nilai p value sebesar 0,373 > 0,05. Artinya H4 ditolak dan H0 diterima, maka variabel *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap variabel Profitabilitas. Hal tersebut bisa terjadi karena kewajiban untuk melakukan pengangkatan dewan komisaris dilaksanakan semata-mata sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan, tanpa menyadari kebutuhan akan pelaksanaan *Good Corporate Governance*. Selain itu kurangnya independensi dewan komisaris independen dapat menyebabkan fungsi pengawasan yang dilakukan menjadi berkurang. Lemahnya pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris independen menyebabkan tujuan dibentuknya dewan komisaris independen tidak berjalan dan tidak terjadi peningkatan kinerja. Hasil ini sejalan dengan penelitian Khafifah et al., (2022) menyatakan bahwa *Good Governance Corporate* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020. *Good Corporate Governance* yang belum mendukung terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan berarti peningkatan profitabilitas lebih besar dipengaruhi oleh faktor lain. meskipun penerapan *Good Corporate Governance* lemah dalam suatu organisasi atau perusahaan, tidak mempengaruhi nilai profitabilitas yang akan diperolehnya.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistic sebesar 1,794 dengan nilai p value sebesar 0.037 < 0,05. Artinya H5 diterima dan H0 ditolak, maka variabel profitabilitas berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Nilai *Return On Asset* yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan mampu mengelola dana yang berasal dari pemegang saham secara efektif untuk menciptakan laba yang tinggi. Efisiensi pengelolaan dana oleh manajemen akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan bahwa dana yang ditanamkan pada perusahaan tersebut akan memberikan return atau pengembalian yang sesuai harapan. Hal tersebut direspon sebagai sinyal positif oleh investor sehingga meningkatkan minat investor untuk memiliki saham perusahaan. Tingginya permintaan saham perusahaan akan memicu naiknya harga saham. Di sisi lain, peningkatan nilai perusahaan yang diukur oleh *Price Book Value* bisa terjadi karena meningkatnya harga saham. Dengan begitu, meningkatnya nilai *Return On Asset* juga akan memengaruhi peningkatan nilai *Price Book Value*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Bulloh, (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena hasil pengujian menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi kenaikan dan penurunan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan yang diperoleh, akan menunjukkan indikasi harapan yang baik bagi suatu perusahaan.

Pengaruh Peran Mediasi Profitabilitas Pada *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistic sebesar 0,113 dengan nilai p value sebesar 0,455 < 0,05. Artinya H6 ditolak dan H0 diterima, maka dapat disimpulkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* belum mampu mempengaruhi pasar atau investor secara langsung, karena pasar memerlukan waktu untuk merespon pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* ataupun profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* tidak terbukti memberikan pengaruh yang signifikan sebagai variabel intervening. Artinya bahwa meskipun nilai *Return on Asset* suatu perusahaan tinggi maka tidak akan mempengaruhi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan jika pengungkapannya sangat minim. Selain itu jika dilihat dalam kurun waktu tertentu *Corporate Social Responsibility* bisa dirasakan atau dihasilkan keuntungannya dalam jangka panjang, sehingga dalam penelitian ini profitabilitas tidak bisa mempengaruhi dan menjebatani hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai

perusahaan. Hasil ini sejalan dalam penelitian Agustina et al., (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan.

Pengaruh Peran Mediasi Profitabilitas Pada *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistic sebesar 0,282 dengan nilai p value sebesar $0,389 < 0,05$. Artinya H_6 ditolak dan H_0 diterima. Implementasi *Good Corporate Governance* yang diukur dengan nilai jumlah dewan komisaris dan komisaris independen mampu direspon secara langsung oleh investor sehingga memengaruhi nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* menjadi mekanisme yang mampu meminimalisir konflik kepentingan antara agen dan principal melalui pengawasan kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap stakeholders berdasarkan peraturan yang ada. Dengan begitu, tingginya nilai jumlah dewan komisaris dan komisaris independen mencerminkan optimalnya implementasi *Good Corporate Governance* sehingga mampu menanggulangi konflik agensi. Hal tersebut memberikan kepercayaan pada investor bahwa manajemen perusahaan tidak melakukan pelanggaran kontak agensi berupa penyalahgunaan peran dalam mengelola perusahaan.

Dengan begitu ketertarikan investor pada saham perusahaan meningkat, kemudian meningkatkan harga saham, dan pada akhirnya mampu meningkatkan *Price Book Value* sebagai pengukur nilai perusahaan. Putri Maulida, (2016) berpendapat bahwa perusahaan menjadikan *Good Corporate Governance* sebagai landasan untuk memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki kualitas yang baik melalui implementasi *Good Corporate Governance*. Maka dari itu, tidak diperlukan profitabilitas sebagai variabel intervening untuk menjelaskan pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh profitabilitas.
4. *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai profitabilitas.
5. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6. Profitabilitas tidak menjadi variabel intervening dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan
7. Profitabilitas tidak menjadi variabel intervening dalam hubungan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode penelitian 2019-2023 yang hanya menyusun laporan keberlanjutan perusahaannya, sehingga masih banyak objek lain yang bisa diteliti. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian kepada objek dengan sampel yang lebih signifikan.
2. Data *Corporate Social Responsibility* yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar berasal dari *annual report* perusahaan dan tidak semua kegiatan diungkapkan dalam *annual report* perusahaan dan tidak semua kegiatan diungkapkan dalam *annual report*.

3. Obyek penelitian menggunakan perusahaan perbankan dengan jumlah perusahaan yang diobservasi hanya 75 sampel dimana belum menggambarkan keseluruhan perusahaan perbankan yang ada.

Saran

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* serta profitabilitas sebagai variabel intervening dan variabel dependen nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain seperti Struktur Modal ataupun Likuiditas sebagai variabel independen serta mengganti atau menambah proksi profitabilitas, misalnya menggunakan ROE (*Return On Equity*), dan ROI (*Return On Investment*) kemudian juga disarankan untuk penelitian selanjutnya memperpanjang waktu pengamatan sehingga penelitian dapat digeneralisasi dan menggunakan data yang lebih spesifik, agar hasil penelitian lebih lengkap dan akurat.
2. Walaupun dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap Profitabilitas, namun pelaksanaan *Good Corporate Governance* harus didukung oleh organ-organ perusahaan yang melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik, hal ini demi kepentingan perusahaan. Keberadaan dewan komisaris, dewan komisaris independen, dan komite audit dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Dengan adanya mekanisme *Good Corporate Governance* yang baik diharapkan monitoring terhadap manajer perusahaan dapat lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan.
3. Dalam penelitian ini juga disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas. Akan tetapi *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pengungkapan pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan akan menjadi meningkat dan investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat sehingga nilai perusahaan tentunya juga akan meningkat yang tercermin dari harga sahamnya. Sehingga disarankan kepada perusahaan terlebih pada perusahaan perbankan sebaiknya tetap mengungkapkan tata kelola perusahaan serta tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan hidup, karena hal ini akan menjadi informasi yang berguna bagi investor dalam mengambil keputusan investasi yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Nurmallasari, E., & Astuty, W. (2023). Corporate Social Responsibility Dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Owner*, 7(1), 687–699. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1218>
- Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.36>
- Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 31(1), 10–25. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Anggraini, R., & Fidiana. (2021). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7),

1–15.

- Anthoni, L., & Yusuf. (2022). Moderasi Manajemen Laba Pada Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 52–62. <https://doi.org/10.55122/jabisi.v3i1.417>
- Apriliani, C., Gusmiarni, & Hidayati, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 851–865. [http://repository.unwidha.ac.id/2612/1/Mega Fix.pdf](http://repository.unwidha.ac.id/2612/1/Mega%20Fix.pdf)
- Asri, B., & Sofie, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas. *E-Journal Akuntansi Trisakti*, 2(1), 13–28. www.bps.go.id
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112–1138.
- Brigham & Houston. (2010). *Financial Manajemen Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi terjemah. Jakarta : Salemba Empat.
- Bulloh, A. N. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Di BEI Periode 2017-2020. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Davis Ardesta, W. A. (2018). *good corporate governance*.
- Dianawati, C. P., & Fuadati, S. R. (2016). Pengaruh Csr Dan Gcg Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–20.
- Dwi Urip Wardoyo, Rafiansyah Rahmadani, & Putut Tri Hanggoro. (2021). Good Corporate Governance Dalam Perspektif Teori Keagenan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(1), 39–43. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i1.25>
- Fakhriyyah, & Mawardi. (2020). Model Penerapan Good Corporate Governance dalam Praktik Tunneling di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 19(2), 245–265. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v19i2.100>
- Haribowo, R., Sanjayana, A. R., & Wibowo, R. (2022). Analisis Peran Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Terhadap Company Value pada Sektor Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4678–4681.
- Jusniarti, N., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang*. 1, 73–80.
- Khafifah, A., Amiruddin, Nurfadila, N., Muslim, M., & Ahmad, H. (2022). Analisis Faktor Good Corporate Governance, Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19. *Center of Economic Students Journal*, 5(1), 63–73. <https://doi.org/10.56750/csej.v5i1.98>
- Khair, U., Hernadianto, H., Yusmaniarti, Y., & Rasela, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ 45. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3292>
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 17(1), 14–28. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Kurniasari, K., & Bernawati, Y. (2020). Corporate social responsibility disclosure and good corporate governance toward firm value with profitability as intervening variable.

- International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(4), 869–888.
- Plutzer, M. B. B. and E. (2021). *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesi*. 6.
- Putri Maulida. (2016). *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode*. 2016.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4953/4353>
- RAHMANTARI, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Rumengan, P., Nangoi, G. B., & Rondonuwu, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Pt Bank Central Asia Periode Tahun 2010-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 164–172.
- Sari, R., & Febrianti, R. A. (2021). Moderasi Profitabilitas Atas Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(2), 131–135. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v12i2.1290>
- Shafina, F., & Anwar, S. (2021). Determinan Pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nasional Akuntansi*, 1(1), 513–524.
- Solikhah, L., & Titiek Rachmawati. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 337–348. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v2i3.879>
- Sri Utami, E., & Wulandari, I. (2021). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jrang*, 7(2), 206–207. www.idx.co.id.
- Suarsa, R. R. 2Abin. (2018). Pengungkapan Csr Perbankan Syariah Sebagai Kebutuhan Informasi Stakeholder. *Rinovian Reztu*, 2(2), 179–202.
- Sugiarti, D. L., & Widyawati, D. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Profitabilitas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–20.
- Suharto, G. N., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal EMAS*, 3(9), 1–14. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4250/3294>
- Utami, R., & Meina Wulansari Yusniar. (2020). *Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening) Pendahuluan Csr (Corporate Social Responsibility) Atau Juga Disebut Tang*. 11(2), 162–176.
- Utomo, D. D. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Djawoto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya hakikatnya dapat diukur melalui bebe. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/6903/>
- Wati, L. N., Syahdam, G. R., & Prambudi, B. (2019). *Peran Pengungkapan Csr Dan Mekanisme Gcg Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*. 3(2), 98–110.
- Widyaningsih, D., Susilowati, H., & Andriana, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage,

Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Dan Gcg Sebagai Variabel Moderating. *Among Makarti*, 15(3), 289–303.
<https://doi.org/10.52353/ama.v15i3.303>

Zain, R. N. W., Hendriyani, C., Nugroho, D., & Ruslan, B. (2021). Implementation of CSR Activities from Stakeholder Theory Perspective in Wika Mengajar. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(1), 102–107. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i1.1846>