

Pengaruh *Corporate Governance* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi oleh Pengungkapan *Corporate Soscial Responsibility*

Laila Alhidni Muaida^{1*}, Nur Diana², Dewi Diah Fakhriyyah³

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

*Email Korespondensi: lailaalhidnimuaida123@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of corporate governance and profitability on company value which is moderated by disclosure of corporate social responsibility. Corporate governance and profitability are considered as independent variables, company value as the dependent variable, and corporate social responsibility as the moderating variable. The research methodology used in this research is quantitative using secondary data. Secondary data was obtained through company annual reports. The target population is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2017-2021 period, with the sample size determined using a purposive sampling method to obtain 50 companies that meet the criteria. The hypothesis was tested through various statistical analyzes including descriptive statistics, instrument testing, normality test, classical assumption test, moderated regression analysis, and hypothesis testing using SPSS Version 25. The results of this research show that Corporate Governance and Profitability have a significant effect on company value, while Corporate Social Responsibility has no effect on company value. Then Corporate Social Responsibility is not able to moderate Corporate Governance on company value, and Corporate Social Responsibility is able to moderate Profitability on company value.
Keywords: *Corporate governance, profitability, corporate social responsibility, company value*

PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan tujuan jangka panjang yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kekayaan pemilik atau pemegang saham. Nilai korporasi mencerminkan kepercayaan publik terhadap kinerja dan masa depan korporasi. Ini terbangun lewat perjalanan korporasi sejak awal berdiri hingga masa kini (Hery, 2017). Nilai korporasi kerap dihubungkan dengan biaya ekuitas, yang mencerminkan persepsi pasar terhadap nilai korporasi. Kenaikan biaya ekuitas mengindikasikan peningkatan nilai korporasi (Indriani, 2019). Penanaman modal yang dilakukan korporasi dapat memberikan jaringan positif kepada investor tentang potensi pertumbuhan korporasi di masa depan, yang pada gilirannya dapat mendorong kenaikan biaya ekuitas dan meningkatkan nilai korporasi. Biaya ekuitas yang tinggi menunjukkan nilai korporasi yang besar.

Aspek yang berdampak pada nilai perusahaan adalah *Good Corporate Governance* (Wian, 2024). *Good Corporate Governance* merupakan praktik tata kelola perusahaan yang baik akibatnya bisa mengembangkan nilai korporasi. Menurut World Bank, *Good Corporate Governance* (GCG) adalah serangkaian aturan, peraturan, dan prinsip yang harus dipatuhi untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan. GCG bertujuan untuk memotivasi perusahaan dalam beroperasi secara efektif dan mencapai profit yang berorientasi masa depan. Selain itu, GCG juga mencakup karakteristik yang relevan bagi semua pemegang saham dan pihak-pihak terkait.

Tata kelola korporasi (CG) merupakan elemen penting yang bisa memicu nilai korporasi. Keberadaan CG diharapkan dapat mendorong kinerja korporasi yang lebih baik, sehingga membangun kegunaan bagi para wewenang atau pemangku ekuitas (Amanti, 2011). Hal ini menjadikan CG sebagai salah satu elemen yang dapat meningkatkan nilai korporasi.

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit dari kegiatan operasi perusahaan. Kian meningkatnya profitabilitas korporasi menunjukkan kinerja yang lebih baik di masa depan, yang pada gilirannya akan meningkatkan penilaian mutu korporasi di mata penanam modal. Ketika korporasi mampu meningkatkan kapabilitas dalam memperoleh pendapatan, maka biaya ekuitas juga akan mengalami kenaikan (Husnan, 2005). Oleh sebab itu, pengkajian profitabilitas berdampak yang signifikan bagi para penanam modal, dan itulah mengapa korporasi wajib berusaha untuk mengoptimalkan keuntungan bagi pemangku ekuitas.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia memiliki praktik CSR yang lebih rendah dibandingkan Thailand. Meskipun korporasi di keempat bangsa (Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand) umumnya melaporkan CSR dengan tingkat yang tinggi, implementasinya tidak selalu berkualitas. Thailand memiliki implementasi CSR tertinggi, diikuti oleh Singapura, sementara Indonesia dan Malaysia mendapat skor lebih rendah. Hal ini menyoroti pentingnya peran otoritas dan pemangku kepentingan dalam menjamin pelaporan CSR yang berkelanjutan.

Memoderasi CSR dalam riset ini bukan hanya untuk menelaah dampak langsungnya terhadap nilai perusahaan, tetapi juga untuk memahami bagaimana praktik CSR bisa menjadi faktor yang mempengaruhi atau memodifikasi hubungan antara corporate governance, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan tren saat ini di mana perusahaan semakin diperhatikan untuk praktik CSR mereka dalam konteks keberlanjutan dan pertanggung jawaban sosial.

Melihat uraian latar belakang di atas dan perbedaan hasil riset, penulis tertarik teruntuk dimanfaatkan riset beserta judul “Pengaruh *Corporate Governance* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Suharto et al., (2021) tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2017-2019)”. Data analisis menyiratkan jika secara bersamaan, tanggung jawab sosial korporasi (CSR), profitabilitas, dan tata kelola korporasi (GCG) berdampak pada nilai korporasi. Namun, secara individual, CSR tidak berdampak signifikan pada nilai korporasi, sementara profitabilitas berdampak positif. Selain itu, temuan menyiratkan jika GCG sebagai elemen pengendalian tidak memberikan dampak yang signifikan pada keterikatan antara CSR dan nilai korporasi, namun berdampak positif pada keterkaitan antara profitabilitas dan nilai korporasi.

Hasil penelitian Lestari, (2022) tentang “Pengaruh *profitabilitas*, *leverage*, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating”. Perolehan riset ini mengungkap jika profitabilitas dan tingkat utang berdampak positif yang signifikan pada penilaian manajemen. Di sisi lain, kepemilikan oleh manajemen tidak menyiratkan dampak yang signifikan pada nilai korporasi. Melalui kajian regresi moderating (MRA), temuan menyiratkan jika pengungkapan tanggung jawab sosial korporasi (CSR) tidak mampu memicu secara moderat variabel profitabilitas, utang, dan wewenang pada nilai korporasi. Ini mengindikasikan jika CSR tidak berdampak yang signifikan pada penilaian nilai korporasi. Secara keseluruhan, hipotesis pertama yang menyiratkan bahwa CSR tidak berdampak pada nilai korporasi dapat dihimpun dari hasil riset ini.

Hasil Penelitian Majid & Purwanto, (2024) tentang “Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, dan Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi”. Perolehan riset ini menyiratkan jika tata

kelola korporasi yang baik dan profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan. Sedangkan solvabilitas berpengaruh negatif nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak mampu memperkuat atau memoderasi hubungan tata kelola perusahaan yang baik dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun mampu mempererat hubungan antar keduanya solvabilitas dan nilai perusahaan.

Teori Stakeholder

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa korporasi tidak cuma mengelola untuk kebutuhan dirinya sendiri, tetapi juga wajib bisa bermanfaat bagi para pemangku kepentingannya. Dengan demikian, keberlangsungan sebuah korporasi sangat bergantung pada penyangga yang diberikan oleh para stakeholder (Ghozali dan Chariri, 2007).

Agency Theory

Teori Agensi (*Agency Theory*) merupakan konsep yang memaparkan mengenai hubungan kerja ditengah agen dan prinsipal. Hubungan keagenan menjelaskan diantara satu atau banyak manusia (*principal*) menunjuk manusia lain (agen) guna melakukan pekerjaan tertentu atas identitas *principal*, yang mencantumkan pemberian kekuasaan pengambilan keputusan tertentu terhadap agen (Jensen & Meckling, 1976).

Nilai Perusahaan

Husnan (2006:5) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai kuantitas biaya yang rela dibayarkan oleh potensial pembeli apabila korporasi dijual, terutama bagi korporasi yang belum IPO. Bagi korporasi yang sudah IPO, nilai perusahaan bisa diamati dari besarnya taraf equity yang ada di market pendanaan.

Corporate Governance

(CG) pada dasarnya merujuk pada serangkaian Sistem yang sepadan antara perilaku dan keputusan manajer dengan kebutuhan para pemangku equity (Susanti, 2011). Sistem dari dalam merupakan cara mengarahkan korporasi melalui rangkaian dan tahap dari dalam seperti pertemuan publik pemangku equity (RUPS), komposisi komite direksi dan komite pengawas, pertemuan board of directors, 1998 dalam Sutaryo dan Wibawa, 2011), kepemilikan manajerial, pemberi upah eksekutif, dan komite pembukuan (Prajitno dan Christiawan, 2013). Di sisi lain, sistem dari luar mencakup pengarahan oleh market, tingkat pendanaan utang, dan pembukuan luar, 1998 dalam Sutaryo dan Wibawa, 2011). Sistem luar ialah metode lain guna mempengaruhi korporasi selain dari sistem luar, seperti mutu pembukuan luar, regulasi pemerintah, pemantauan oleh pemegang utang, dan hak oleh pihak luar seperti pemegang saham lembaga nasional (Prajitno dan Christiawan, 2013).

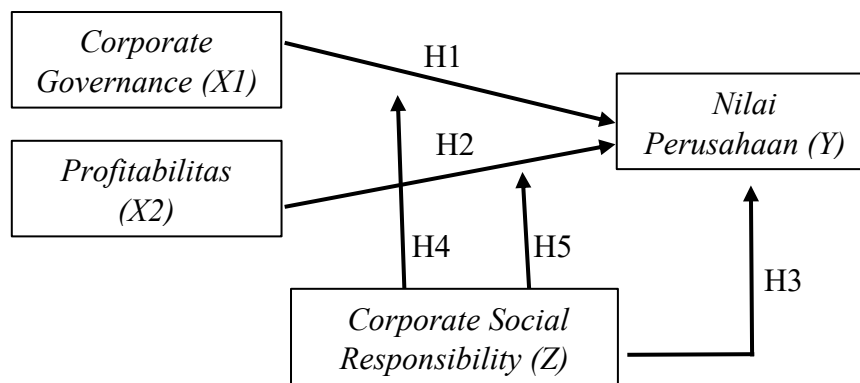
Profitabilitas

Kapabilitas korporasi guna memperoleh keuntungan dari aktivitas pengelolaannya menjadi pusat terpenting dalam menaksir kinerja korporasi. Bagi korporasi, keuntungan menjadi alat peninjauan dampak pengoperasian instansi (Priatna, 2016).

Corporate Social Responsibility

(CSR) merupakan kewajiban sosial korporasi dalam menjalankan usahanya guna memperoleh dampak positif bagi area sekitarnya, tidak hanya bagi penanam modal dan pemberi pinjaman, tetapi juga bagi penduduk luas (Andreas et al., 2015).

Kerangka Konseptual



Hipotesis Riset

- H1 : Terdapat dampak CG pada nilai perusahaan.
 H2 : Terdapat dampak profitabilitas pada nilai perusahaan.
 H3 : Terdapat dampak CSR pada nilai perusahaan.
 H4 : CSR menyaring dampak Corporate Governance pada nilai perusahaan.
 H5 : CSR menyaring dampak profitabilitas pada nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi, dan Waktu Riset

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif korelasional, yang berarti mengkaji keterikatan antar variabel memakai data numerik. (Sugiyono, 2020: 16) Pendekatan ini didasarkan pada filsafat positivisme, di mana data dihimpun dari populasi atau sampel spesifik memakai alat Riset, kemudian dikaji secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Riset ini dilakukan dengan menghimpun data dari laporan keuangan korporasi manufaktur yang terdata di Bursa Efek Indonesia, diakses lewat situs web www.idx.co.id. Penghimpun data dijalankan selama periode Maret 2024 hingga Agustus 2024.

Populasi dan Sampel

Korporasi manufaktur yang terdata di BEI selama rentang waktu 2017 hingga 2021 menjadi populasi dalam riset ini. Sampel dipilih melalui cara purposive sampling dengan klasifikasi mencakup korporasi manufaktur di sektor consumer non cyclical industri makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan tahunan secara berkelanjutan selama masa tersebut, serta memberikan kabar yang lengkap yang diperlukan untuk riset.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data yang diaplikasikan dalam riset ini bersumber dari data sekunder, yaitu laporan tahunan (annual report) korporasi manufaktur yang terdata di BEI. Data ini diperoleh dari situs web www.idx.co.id. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Data dikumpulkan dari *annual report* perusahaan manufaktur dengan melihat, mencatat serta menganalisis data yang diperlukan.

Metode Analisis Data

Riset ini memakai program SPSS versi 25 untuk dikaji data dan melibatkan teknik Analisis Regresi Moderasi. Model persamaan matematis yang diujikan terdiri dari:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 (X_1 * X_3) + \beta_5 (X_2 * X_3)$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen (Nilai Perusahaan)

α : Bilangan konstanta atau nilai tetap

β_1 : Koefisien regresi dari X1
 β_2 : Koefisien regresi dari X2
 β_3 : Koefisien regresi dari X2
 β_4 : Koefisien regresi dari variabel interaksi X1*X3
 β_5 : Koefisien regresi dari variabel interaksi X2*X3
X1: *Corporate Governance*
X2: Profitabilitas
X3: *Corporate Social Responsibility*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sampel Berdasarkan Kriteria

Tabel 1 Sampel Berdasarkan Kriteria

No	Kriteria Sampel	Total
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar sektor <i>consumer non cyclicals</i> industri <i>food and beverage</i> di Bursa Efek Indonesia pada 2017 - 2021.	24
2	Perusahaan manufaktur yang TIDAK menerbitkan serta mempublikasikan laporan tahunan (<i>annual report</i>) secara berturut-turut pada 2017 - 2021.	(10)
3	Perusahaan manufaktur yang TIDAK menyajikan informasi lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian.	(4)
	Total Perusahaan Penelitian	10
	Total Perusahaan 10 x 5 tahun (sampel)	50

Didasarkan tabel 4.1 proses pengambilan sampel pada total sampel dalam riset yaitu terdapat 50 korporasi manufaktur yang terekam di BEI sektor *consumer non cyclicals* industri *food and beverage* selama periode 2017-2021. Terdapat sepuluh (10) korporasi manufaktur yang memunculkan serta pengumuman laporan tahunan (*annual report*) secara rutin pada 2017 - 2021. Terdapat empat (4) korporasi manufaktur yang menyediakan data penuh yang dibutuhkan dalam penelitian. Sehingga diperoleh jumlah perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* industri *food and beverage* yang layak untuk dijadikan sampel penelitian adalah sebanyak sepuluh (10) dengan lima (5) tahun pengamatan yaitu mulai dari tahun 2017 sampai 2021, total sampel akhir 50 perusahaan manufaktur atau *consumer non cyclicals* industri *food and beverage*.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GCG	50	.14	20.03	4.4475	3.32904
ROE	50	-.06	25.07	1.8041	4.84437
CSR	50	-.77	2.16	.3483	.37860
Q	50	.04	.95	.5328	.30802
Valid N(listwise)	50				

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, diperoleh hasil bahwa dari 50 perusahaan menunjukkan sebagai berikut.

1. Nilai perusahaan memiliki rentang yang cukup lebar, dari 0,04 hingga 0,95. Rata-rata nilai perusahaan adalah 0.5328 dengan deviasi standar sebesar 0,30802, menunjukkan variasi yang signifikan dalam data.
2. GCG memiliki rentang yang cukup lebar, dari -0,06 hingga 25,07. Rata-rata GCG adalah 1,8041 dengan deviasi standar sebesar 4,84437, menunjukkan variasi yang signifikan dalam data.

3. ROE memiliki rentang nilai dari -0.77 hingga 2.16. Rata-ratanya adalah 0.3483 dengan deviasi standar sebesar 0.37860, menunjukkan variasi yang signifikan dalam data.
4. CSR menunjukkan rentang nilai yang sangat luas, dari 0.04 hingga 0,95. Rata-ratanya adalah 0,5328 dengan deviasi standar sebesar 0,30802, menunjukkan variasi yang signifikan dalam data.

Uji Normalitas

Metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dipakai untuk memutar apakah data terdistribusi secara normal. Didasarkan perolehan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* menyiratkan jika *Corporate Governance* (X1) memiliki skor K-S sebesar 0,123 dengan skor asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,056. Variabel Profitabilitas (X2) memiliki skor K-S sebesar 0,125 dengan skor asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,051. Variabel *Corporate Governance* (Z) memiliki nilai K-S sebesar 0,124 dengan skor asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,051. Variabel Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai K-S sebesar 0,123 dengan skor asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,055. skor Asymp-sig (2-tailed) keempat variabel lebih besar dari 0,05. Sehingga, dapat dihimpun jika uji normalitas berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Didasarkan hasil multikolinearitas di atas, menyiratkan jika variabel *Corporate Governance* (X1) adalah memiliki nilai toleransi 0,643 dan nilai VIF 1,554, variabel Profitabilitas (X2) memiliki skor toleransi 0,815 dan skor VIF 1,227, dan variabel *Corporate Social Responsibility* (Z) memiliki skor toleransi 0,762 dan skor VIF 1,312. Sehingga dapat dihimpun ketiga variabel memiliki skor toleransi $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 yang artinya riset ini terbebas dari multikolinearitas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Variabel *Corporate Governance* adalah memiliki nilai signifikansi 0,622, Variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,477, variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikansi 0,637, Variabel *Corporate Governance*Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikansi 0,625, dan Variabel Profitabilitas**Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikansi 0,852. Sehingga dapat disimpulkan kelima variabel memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya penelitian ini terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

c) Uji Autokorelasi

Hasil uji durbin watson diperoleh nilai dU sebesar 1,863. Sehingga dapat dikatakan nilai DW 1,863 $>$ dL 1,4206 yang artinya tidak terdapat autokorelasi dalam penelitian yang digunakan.

Hasil Uji Hipotesis

a) Uji F (simultan)

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.939	5	.388	6.299	.000 ^b
	Residual	2.710	44	.062		
	Total	4.649	49			

a. Dependent Variable: Q

b. Predictors: (Constant), R OE_CSR, ROE, GCG_CSR, CSR, GCG

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Didasarkan hasil uji simultan di atas, diperoleh skor F sekitar 6,614 dan skor signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel *Corporate Governance* (X1), Profitabilitas (X2) dan *Corporate Social Responsibility* (Z) berdampak secara simultan pada nilai Perusahaan.

b) Uji Koefisien determinasi (R^2)

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.646 ^a	.417	.351	.24815	1.863

a. Predictors: (Constant), ROE_CSR, ROE, GCG_CSR, CSR, GCG

b. Dependent Variable: Q

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Didasarkan perolehan uji koefisien determinasi di atas didapat hasil R^2 adalah 0,484 yang maknanya besar kontribusi variabel *Corporate Governance* (X1), Profitabilitas (X2) dan *Corporate Social Responsibility* (Z) pada nilai korporasi adalah 48,4%. Sedangkan ampasnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam riset ini. (Z) pada nilai korporasi adalah 48,4%. Sedangkan ampasnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam riset ini

c) Uji t (parsial)

**Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji t) Persamaan I
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-19.992	4.997			-4.001	.000
GCG	5.313	1.172	.633		4.532	.000
ROE	.718	.583	.149		1.231	.225
CSR	2.97505	.000	.121		.928	.358

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Didasarkan hasil uji parsial di atas, diperoleh hasil sebagai berikut.

- 1) *Corporate Governance* memiliki skor tesnya sebesar 4,532 dan skor signifikansi $0,000 < 0,05$ yang maknanya H_1 dianggap dan H_0 dihindari. Hal ini berarti variabel *Corporate Governance* berdampak positif signifikansi pada nilai korporasi.
- 2) Profitabilitas (ROE) memiliki skor tesnya sebesar 1,231 dan skor signifikansi $0,225 > 0,05$ yang maknanya H_2 dihindari dan H_0 dianggap. Hal ini berarti variabel Profitabilitas (ROE) tidak berdampak signifikansi pada nilai korporasi
- 3) *Corporate Social Responsibility* memiliki skor tesnya 0,928 dan skor signifikansi $0,358 > 0,05$ yang maknanya H_3 dihindari dan H_0 dianggap. Hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berdampak signifikansi pada nilai korporasi.

**Tabel 6 Hasil Uji Parsial (Uji t) Persamaan II
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.894	.091			9.853	.000
GCG	.044	.012	.472		3.622	.001
ROE	.024	.008	.377		3.151	.003
CSR	-.212	.106	-.261		-2.006	.051
GCG_CSR	-.033	.017	-.237		-1.976	.054
ROE_CSR	8.789	.000	.249		2.087	.043

a. Dependent Variable: Q

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Didasarkan hasil uji parsial di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. *Corporate Governance* berskor tesnya sebesar 3,622 dan skor signifikansi $0,001 < 0,05$ yang maknanya H1 dianggap dan H0 dihindari. Hal ini berarti variabel *Corporate Governance* berdampak positif signifikansi terhadap nilai Perusahaan.
2. Profitabilitas (ROE) berskor tesnya sebesar 3,151 dan skor signifikansi $0,003 < 0,05$ maknanya H2 dianggap dan H0 dihindari. Hal ini berarti variabel Profitabilitas (ROE) berdampak positif signifikansi terhadap nilai Perusahaan.
3. *Corporate Social Responsibility* berskor tesnya -2,006 dan skor signifikansi $0,051 > 0,05$ maknanya H3 dihindari dan H0 dianggap. Hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berdampak signifikansi terhadap nilai Perusahaan.
4. *Corporate Governance*Corporate Social Responsibility* berskor tesnya -1,976 dan skor signifikansi $0,054 > 0,05$ maknanya H4 dihindari dan H0 dianggap. Hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi variabel *Corporate Governance* terhadap nilai Perusahaan.
5. Profitabilitas**Corporate Social Responsibility* memiliki skor tesnya 2,087 dan nilai signifikansi $0,043 > 0,05$ yang artinya H5 dianggap dan H0 dihindari. Hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi variabel Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Governance (GCG) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, seperti ditunjukkan oleh nilai tesnya 3,622 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam tata kelola perusahaan secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai Perusahaan, maka H1 diterima.

Teori yang mendukung hasil ini adalah Teori Agensi, yang menyatakan bahwa tata kelola perusahaan yang baik mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, yang pada gilirannya meningkatkan nilai Perusahaan (Jensen, M.C., & Meckling, W.H., 1976). Temuan ini sesuai dengan penelitian Suharto et al. (2022) dengan hasil yang menunjukkan bahwa *Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas, diukur dengan *Return on Equity* (ROE), menyiratkan dampak signifikan pada nilai perusahaan dengan skor tesnya 3,151 dan skor signifikansi $0,003 < 0,05$, maka **H2 diterima**.

Hal ini berarti bahwa variabilitas dalam ROE cukup memengaruhi nilai korporasi secara signifikan. Riset Dewantari et al (2019) mendukung temuan ini dengan hasil bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai korporasi secara signifikan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai tesnya -2,006 dan nilai signifikansi $0,051 > 0,05$, maka H3 ditolak.

Corporate Social Responsibility (CSR) meskipun penting untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan, pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tidak selalu langsung atau signifikan. CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan, namun dampaknya terhadap nilai perusahaan sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti fokus investor pada kinerja finansial jangka pendek dan kondisi pasar yang lebih luas. Temuan ini sesuai dengan penelitian Ramadhani (2021) dengan hasil CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility Memoderasi Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Governance* (GCG) dan nilai perusahaan dengan nilai tesnya -1,976 dan nilai signifikansi $0,054 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa CSR tidak mengubah kekuatan atau arah pengaruh GCG terhadap nilai Perusahaan, maka H4 ditolak.

CSR tidak selalu mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Governance* (GCG) dan nilai perusahaan. Meskipun CSR dapat meningkatkan reputasi dan hubungan dengan pemangku kepentingan, pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sering kali tidak langsung atau tidak cukup signifikan untuk mempengaruhi hubungan antara GCG dan nilai perusahaan. GCG berfokus pada praktik tata kelola yang baik dan transparansi, yang memiliki dampak langsung pada kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Sementara CSR berhubungan lebih dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan, pengaruhnya terhadap nilai perusahaan mungkin lebih bersifat jangka panjang dan tidak selalu dapat memperkuat atau mengubah dampak langsung dari GCG terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sesuai dengan penelitian Majid & Purwanto (2024) dengan hasil bahwa CSR tidak mampu memoderasi *corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

CSR menunjukkan efek moderasi yang signifikan pada hubungan antara Profitabilitas (ROE) dan nilai perusahaan dengan nilai tesnya 2,087 dan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Ini berarti CSR memoderasi hubungan antara ROE dan nilai perusahaan secara signifikan, maka H5 diterima.

Hal ini menjelaskan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan antara kinerja keuangan (profitabilitas) dan penilaian perusahaan oleh pemangku kepentingan. CSR berperan dalam meningkatkan persepsi positif tentang perusahaan, yang dapat memperkuat hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang memiliki CSR yang kuat dapat meningkatkan efektivitas pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, karena pemangku kepentingan mungkin memberikan penilaian yang lebih baik terhadap perusahaan yang memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Temuan ini sesuai dengan penelitian Dianawati & Fuadati (2016) dengan hasil CSR mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Riset ini bermaksud guna menemukan dampak *corporate governance* dan profitabilitas terhadap nilai korporasi yang dimoderasi oleh CSR. Metode pemungutan sampel dengan *purposive sampling* sehingga diperoleh hasil sampel 50 korporasi. Didasarkan data yang telah dihimpun dan pengujian hipotesis yang telah diterapkan maka bisa diambil himpunan sebagai berikut:

1. Variabel *corporate governance* berdampak positif signifikan pada nilai korporasi.
2. Variabel profitabilitas berdampak positif signifikan pada nilai korporasi.
3. Variabel CSR tidak berdampak pada nilai korporasi.
4. Variabel CSR tidak dapat memoderasi *corporate governance* pada nilai korporasi.
5. Variabel CSR dapat memoderasi profitabilitas pada nilai korporasi.

Keterbatasan Riset

1. Penelitian ini hanya terbatas pada 50 korporasi sehingga mengurangi daya generalisasi hasil penelitian ini karena representasi yang terbatas dari populasi yang lebih besar.

2. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan tahunan Perusahaan sehingga dapat membatasi analisis karena keterbatasan informasi yang tersedia dan potensi kesalahan atau bias dalam pelaporan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel yaitu *corporate governance*, profitabilitas, *corporate Social responsibility* dan nilai Perusahaan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah dijelaskan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar memperluas ukuran sampel. Peneliti dapat mempertimbangkan menambahkan lebih banyak Perusahaan dari berbagai sektor atau negara untuk mendapatkan hasil yang lebih *Rerepresentative*.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti perlu lebih kritis dalam memvalidasi data sekunder, memastikan akurasi dan keandalan informasi yang digunakan. Penggunaan data dari sumber yang kredibel dan verifikasi silang dengan data lain dapat mengurangi risiko bias.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan dengan menggunakan variabel bebas lainnya seperti Leverage, *solvabilitas*, dan kepemilikan manajerial yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewantari, dkk (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74.
- 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.
- Lestari, dkk. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44.
- Majid, & Purwanto, (2024). *Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2017-2022)*.
- Ramadhani, K., dkk (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020).
- Wian, A. (2024), "Good Corporate Governance: Manfaat, Tantangan dan Contoh"