

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*,
PROFITABILITAS, *LEVERAGE* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN MELALUI *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY***

**“Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri
Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024”**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai derajat Sarjana (S1)

Program Studi Akuntansi



Disusun oleh:

Kristin

NIM: 31402100004

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEMARANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS,
LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY***

**“Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dasar dan
Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024”**

Disusun Oleh:
Kristin
NIM: 31402100004

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 05 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Sri Anik, S.E., M.Si
NIK. 210493033

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS,
LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY***

**“Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dasar dan
Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024”**

Disusun oleh:

Kristin

NIM: 31402100004

Telah disetujui oleh dewan penguji pada tanggal 05 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Dr. Sri Anik, S.E., M.Si

NIK. 21049303

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana S1 Akuntansi pada tanggal 05 Juli 2025

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Provita Wijayanti SE., M.Si., PhD., Ak., CA., IFP., AWP

NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristin

NIM : 31402100004

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / S1 Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024)** merupakan hasil karya sendiri, bukan berasal dari plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain dan juga belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana Akuntansi di Universitas Islam Sultan Agung ataupun di perguruan tinggi lain). Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa pendapat orang lain yang berada dalam usulan penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila pada kemudian hari terbukti skripsi ini merupakan hasil dari plagiasi karya tulis orang lain, maka dari itu saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 05 Juli 2025

Penulis



Kristin

NIM 31402100004

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristin

NIM : 31402100004

Prodi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul:
“PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Tahun 2021-2024”

Dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 05 Juli 2025

Penulis



Kristin

NIM 31402100004

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

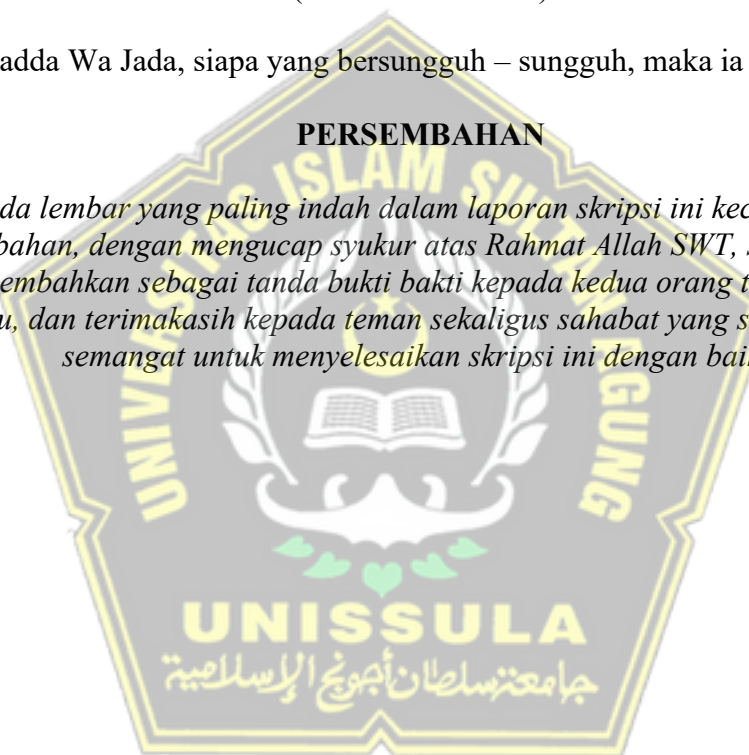
“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang
melewatkanku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa
yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan”
(Umar Bin Khattab)

“Man Jadda Wa Jada, siapa yang bersungguh – sungguh, maka ia akan berhasil”

PERSEMBAHAN

*“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar
persembahan, dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah SWT, skripsi ini saya
persembahkan sebagai tanda bukti bakti kepada kedua orang tua tercinta,
kakakku, dan terimakasih kepada teman sekaligus sahabat yang selalu memberi
semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik”*



INTISARI

Beberapa tahun terakhir, sektor industri dasar dan kimia di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan kemajuan teknologi industri. Perusahaan dalam sektor ini terus melakukan inovasi untuk meningkatkan daya saing, efisiensi produksi, dan kontribusi terhadap pembangunan nasional. Terdapat beberapa tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, tekanan regulasi, tuntutan terhadap keberlanjutan, serta ekspektasi pemangku kepentingan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja dan keberlangsungan usaha, yang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan seperti profitabilitas dan *leverage*, namun juga penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance*, *corporate social responsibility*. Penelitian ini berlandaskan pada teori legitimasi dan teori *stakeholder*, yang menjelaskan pentingnya hubungan dan kepentingan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, investor, dan masyarakat luas. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan perlu memperoleh legitimasi sosial melalui perilaku yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat, salah satunya melalui praktik *corporate social responsibility*. Teori *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap seluruh pihak yang berkepentingan, tidak hanya pemegang saham. Dalam hubungan keagenan, manajemen perusahaan bertindak sebagai agen yang memiliki kewenangan untuk mengelola sumber daya perusahaan, sedangkan *stakeholder*, termasuk pemerintah dan pemegang saham, berperan sebagai prinsipal. Perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal dapat

memunculkan konflik kepentingan, yang mendorong agen untuk melakukan praktik seperti pengelolaan laba atau strategi pajak tertentu demi mencapai tujuan. Oleh karena itu, penerapan *good corporate governance* yang baik serta tanggung jawab sosial perusahaan menjadi mekanisme penting untuk mengatasi konflik keagenan dan menjaga keberlanjutan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Pada penelitian ini terdapat sepuluh hipotesis yaitu *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, *leverage* berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*, *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data penelitian berupa data sekunder melalui laporan keuangan atau *annual report*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah

menggunakan aplikasi software SPSS versi 29. Penelitian ini menggunakan model analisis uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji *goodness of fit* dan uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2021-2024. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 22 perusahaan yang lolos kriteria sampel yang ditetapkan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, artinya pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dan uji sobel dengan SPSS versi 29 untuk menguji hubungan antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* dengan nilai t statistik 3,211 (p-value 0,002), profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*, dengan nilai t statistik 2,849 (p-value), *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*, dengan nilai t statistik 0,526 (p-value 0,600), *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistik 3,076 (p-value 0,003), profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistik 1,669 (p-value 0,099), *leverage* terbukti berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t statistik -2,228 (p value 0,029), *corporate social responsibility* tidak terbukti memediasi hubungan antara *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan nilai *two-tailed probability* lebih besar dari 0,05. Penelitian ini menyoroti pentingnya perusahaan untuk menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, memperoleh laba maksimal, pengelolaan utang yang baik untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui kegiatan sosial perusahaan.

Kata Kunci: *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, nilai perusahaan, *corporate social responsibility*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of good corporate governance, profitability, and leverage on company value through corporate social responsibility. The population in this study was manufacturing companies in the basic and chemical industries listed on the Indonesia Stock Exchange between 2021 and 2024. The sample size for this study was 22 companies that met the established sampling criteria. The sampling technique used purposive sampling, meaning sampling based on specific criteria. Data analysis used multiple linear regression and the Sobel test with SPSS version 29 to examine the relationship between variables. The results of the study indicate that good corporate governance has a positive effect on corporate social responsibility with a statistical t value of 3.211 (p -value 0.002), profitability has a positive effect on corporate social responsibility, with a statistical t value of 2.849 (p -value), leverage has no effect on corporate social responsibility, with a statistical t value of 0.526 (p -value 0.600), good corporate governance has a positive and significant effect on company value with a statistical t value of 3.076 (p -value 0.003), profitability is not proven to have an effect on company value with a statistical t value of 1.669 (p -value 0.099), leverage is proven to have a negative and significant effect on company value with a statistical t value of -2.228 (p value 0.029), corporate social responsibility is not proven to mediate the relationship between good corporate governance, profitability, leverage on company value with a two-tailed probability value greater than 0.05. This study highlights the importance of companies implementing good corporate governance, maximizing profits, and managing debt effectively to increase company value through corporate social responsibility activities.

Keywords: good corporate governance, profitability, leverage, company value, corporate social responsibility

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan Rahmat, taufiq dan Ridho-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sub sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* Tahun 2021–2024, Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk ke jalan yang benar.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung. Pada kesempatan kali ini peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar– besarnya atas segala bimbingan, motivasi, bantuan, serta doa dari semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih secara khusus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung.
3. Ibu Dr. Sri Anik, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan serta motivasi dalam menyusun skripsi ini.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, serta seluruh *staff* tata usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan proposal skripsi ini hingga selesai.
5. Kedua orang tua, kakak kandung penulis, Bapak Suharjo, Ibu Rahayu Slamet, Sugiharti serta segenap keluarga besar yang selalu memberikan motivasi, semangat, kasih sayang serta doa kepada penulis.
6. Sahabat dan teman-teman penulis, Saudara Kos tiga dara tercinta, Dimas, Niya, Wiwi, Munah, Entik dan teman-teman magang yang selalu menemani, *mensuport* dan menjadi tempat peneliti bertukar pikiran selama proses penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang melewati masa perkuliahan dari awal hingga saat ini. Terima kasih telah memotivasi dan menyemangati diri sendiri untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan pahala atas segala bantuan yang telah diberikan. Peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan serta kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Kritikan dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi yang disajikan oleh peneliti dapat bermanfaat bagi diri sendiri maupun pihak lain yang membacanya.

DAFTAR ISI

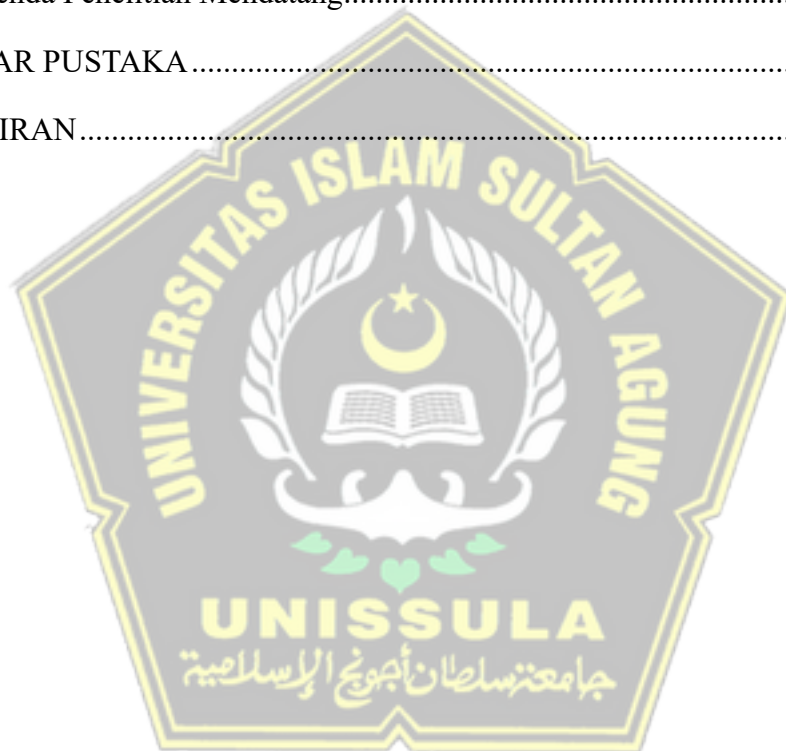
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Legitimasi	17
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	18
2.2 Variabel – Variabel Penelitian	19
2.2.1 <i>Good Corporate Governance</i>	19

2.2.2 Profitabilitas	22
2.2.3 <i>Leverage</i>	23
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	24
2.2.5 Nilai Perusahaan	26
2.3 Penelitian Terdahulu.....	27
2.4 Pengembangan Hipotesis	34
2.4.1 Hipotesis Langsung.....	34
2.4.1.1 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
2.4.1.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
2.4.1.3 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	38
2.4.1.4 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan ...	39
2.4.1.5 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	41
2.4.1.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	43
2.4.1.7 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	44
2.4.2 Hipotesis Tidak Langsung.....	45
2.4.2.1 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	45
2.4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
2.4.2.3 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	49
2.5 Kerangka Penelitian	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52

3.2 Populasi dan Sampel	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	56
3.5.1 Variabel Dependen.....	57
3.5.2 Variabel Independen.....	58
3.5.3 Variabel Intervening	63
3.6 Teknik Analisis Data	67
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	68
3.6.2 Asumsi Klasik.....	68
3.6.2.1 Uji Normalitas	69
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	69
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
3.6.2.4 Uji Auto Korelasi.....	70
3.6.3 Regresi Linear Berganda.....	71
3.6.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	72
3.6.4.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	72
3.6.4.2 Uji Koefisien Determinasi	74
3.6.4.3 Uji Parsial (Uji t)	74
3.6.5 Uji Sobel Test.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Deskripsi Sampel Penelitian	77
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	80

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	86
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
4.3.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	87
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.5 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	90
4.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	90
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
4.5.3 Hasil Uji Parsial (Uji t)	92
4.6 Hasil Pengujian Tidak Langsung (<i>Sobel Test</i>).....	97
4.7 Hasil Pembahasan Penelitian	101
4.7.1 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	102
4.7.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	106
4.7.3 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	107
4.7.4 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	111
4.7.5 <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	113
4.7.6 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	115
4.7.7 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	118
4.7.8 Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	120
4.7.9 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	123
4.7.10 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan melalui <i>Corporate Social Responsibility</i>	126

BAB V PENUTUP	130
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Implikasi.....	136
5.2.1 Implikasi Teoritis	136
5.2.2 Implikasi Praktis	137
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	138
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN.....	156



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	65
Tabel 4.1 Proses Seleksi Sampel Penelitian	80
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif	81
Tabel 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1	87
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2.....	89
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Sobel 1.....	98
Gambar 4.2 Hasil Uji Sobel 2.....	99
Gambar 4.3 Hasil Uji Sobel 3.....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan.....	156
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data.....	157
Lampiran 3 Hasil Output <i>SPSS</i>	161
Lampiran 4 Indeks <i>GRI Standard</i>	166
Lampiran 5 Indikator <i>GCG Score</i>	181



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, perkembangan ekonomi di Indonesia semakin kompleks dari tahun ke tahun, Perkembangan ekonomi dimanfaatkan investor untuk memperoleh keuntungan dari investasi yang ditanamkan, oleh karena itu perusahaan perlu memikirkan cara untuk meningkatkan keuntungan dan bertahan dalam persaingan bisnis yang kompleks. Banyaknya perusahaan dalam industri, serta kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur khususnya di sektor industri dasar dan kimia, Persaingan membuat perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan dapat tercapai. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Bagus et al., 2020).

Pertumbuhan ekonomi tidak dapat tumbuh tanpa adanya faktor pendukung. Dalam perekonomian khususnya di Indonesia, peran perusahaan dan pelaku ekonomi tidak dapat dipisahkan. Dunia usaha turut menyumbang pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan masyarakat melalui hasil kegiatan usaha berupa barang dan jasa. Bank Indonesia memperkirakan tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 berada di kisaran 5,1% hingga 5,5%. Hasil ini tidak berbeda signifikan yaitu 5,1% hingga 5,2% pada tahun 2019. Salah satu faktor yang mendukung laju pertumbuhan ekonomi adalah perusahaan manufaktur di

sektor industri dasar dan kimia, karena berkaitan langsung dengan menyiapkan bahan baku untuk beberapa perusahaan yang ada di Indonesia. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mempunyai peran penting dalam meningkatkan laju pertumbuhan perekonomian di Indonesia, seperti menciptakan nilai tambah yang signifikan, memperluas lapangan pekerjaan, serta mendorong pertumbuhan sektor industri lainnya. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mengalami perubahan yang signifikan, karena adanya teknologi dan globalisasi. Perubahan ini mempengaruhi cara perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia beroperasi, termasuk cara untuk mengelola sumber daya, mengembangkan produk, serta meningkatkan efisiensi operasional. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia menghadapi beberapa tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku global, regulasi lingkungan yang ketat, serta tuntutan untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan melalui program *Corporate Social Responsibility*, persaingan global, tekanan efisiensi energi dan infrastruktur, dapat menjaga hubungan harmonis dengan masyarakat. Di tengah tantangan tersebut, penerapan tata kelola perusahaan yang baik menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa operasional transparan, akuntabel dan berkelanjutan.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh laba semaksimal mungkin. Namun seiring berkembangnya waktu, perusahaan dituntut untuk tidak hanya memikirkan pendapatan, tetapi juga Nilai Perusahaan. (Herry, 2017) menyatakan bahwa harga pasar saham merupakan

cerminan dari nilai aset perusahaan yang sebenarnya. Harga pasar saham yang tinggi membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan prospek masa depan perusahaan, artinya manajer perusahaan harus memikirkan citra perusahaan dimata masyarakat, jika citra perusahaan dimata masyarakat buruk maka kesejahteraan pemegang saham, akan menurun. Untuk mencegah hal tersebut terjadi, maka setiap perusahaan perlu untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Corporate Social Responsibility menjadi isu perkembangan utama di perusahaan. (Rindawati, 2015) menyatakan bahwa pada hakikatnya, setiap manusia atau organisasi memiliki tanggung jawab sosial dan tanggung jawab lingkungan. (Sembiring, 2005) Menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi tentang keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial, yang dibuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial secara terpisah. Sedangkan menurut (Janra, 2015) pengungkapan tanggung jawab sosial muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan tentang dampak kegiatan perusahaan.

Setiap perusahaan perlu untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, karena agar pemegang kepentingan, mengetahui bahwa perusahaan memperhatikan lingkungan di mana perusahaan berdiri serta berkontribusi aktif dalam aspek sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* berguna untuk keberlanjutan perusahaan. Jika pemegang

kepentingan merasa puas terhadap kinerja perusahaan baik kinerja keuangan maupun tanggung jawab sosial, perusahaan dapat beroperasi lebih lama. *Corporate Social Responsibility* diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 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. Sanksi pidana mengenai pelanggaran *Corporate Social Responsibility* terdapat di Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 pasal 41 dan 42 tentang pengelolaan lingkungan hidup. Namun masih ada beberapa perusahaan yang belum melaporkan *Corporate Social Responsibility* di dalam laporan keuangan perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumadilaga, 2010) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility*, berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian (Saudana, 2019) dan (Febby Aulia Zahara, 2022) menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility*, berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian (Pristianingrum, 2017) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Corporate Social Responsibility, mempunyai hubungan yang kuat dengan *Good Corporate Governance*. Penerapan *Corporate Governance* yang baik, maka semakin baik pula perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, hal itu dapat meningkatkan Nilai Perusahaan. Setiap perusahaan di dorong untuk terus memperbaiki *system* agar tercapai *Good Corporate*

Governance dan Nilai Perusahaan akan meningkat. *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah seluruh *stakeholder*. Menurut *Forum for Corporate Governance Indonesian (FCGI, 2006)* mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai seperangkat peraturan hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan pemegang kepentingan *intern* dan *ekstern* lainnya. Dari latar belakang akademis, kebutuhan *Good Corporate Governance* timbul berkaitan dengan *principal agency theory*, yaitu untuk menghindari konflik antara *principal* dengan *agent*. Sistem *Good Corporate Governance* memberikan perlindungan efektif kepada para pemegang saham dan pihak kreditur, sehingga dapat meyakinkan investor dan kreditur akan perolehan kembali investasi dengan wajar dan bernilai tinggi. Penerapan *Good Corporate Governance* dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosial menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan, sehingga diperlukannya tata kelola usaha yang baik. Melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*, diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan, masyarakat, kinerja keuangan perusahaan dan citra perusahaan dimata publik menjadi baik. Jika *Corporate Social Responsibility* dilaksanakan dengan baik maka *Good Corporate Governance* akan memadai, karena dengan dilakukan *Corporate Social Responsibility* di lingkungan perusahaan dapat memberi jaminan kepada

pemangku kepentingan bahwa perusahaan telah melakukan tata kelola perusahaan yang baik.

Dalam beberapa tahun terakhir perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mengalami tantangan yang besar yaitu penurunan nilai perusahaan, menurut laporan statistic bursa efek Indonesia, pada tahun 2018-2022, nilai perusahaan yang dinilai dengan *price to book value* mengalami penurunan, penurunan paling signifikan terjadi pada tahun 2018-2019 sebesar 0,33. Nilai perusahaan di sektor ini Kembali mengalami penurunan sebesar 0,16. Penurunan nilai perusahaan dapat disebabkan karena ketidakmampuan dalam memenuhi transparansi dan tanggung jawab sosial. Perusahaan sektor industri dasar dan kimia mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dikenal sebagai penyumbang pengaruh buruk lingkungan seperti pencemaran udara, air, tanah, emisi gas rumah kaca. Sektor ini umumnya melibatkan bahan kimia berbahaya dan proses produksi yang menghasilkan limbah beracun, tidak hanya membahayakan ekosistem tetapi juga kesehatan masyarakat. Salah satu contoh kasus pelanggaran *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* yang dapat mengakibatkan Nilai Perusahaan menurun yaitu PT Timah Tbk, perusahaan ini terlibat dalam kasus korupsi yang diperkirakan mencapai Rp 271 Triliun, mengakibatkan kerugian pada negara, melibatkan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab, serta perusakan lingkungan akibat aktivitas penambangan timah. Kasus ini menyoroti pelanggaran serius di mana PT Timah Tbk tidak mematuhi prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan

peraturan yang berlaku, akibatnya hilang kepercayaan *public* serta tanggung jawab hukum dan *social* perusahaan. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh operasional penambangan PT Timah Tbk, menciptakan berbagai dampak sosial yang merugikan, seperti keterbatasan akses masyarakat terhadap sumber daya alam, meningkatnya risiko bencana alam, dan hilangnya mata pencaharian. Dampak *negative* tersebut menunjukkan kegagalan PT Timah Tbk, dalam mengelola dampak operasional terhadap lingkungan dan masyarakat, perusahaan kurang memberikan perhatian penuh terhadap masyarakat yang terkena dampak langsung dari penambangan. Perusahaan juga melakukan penambangan ilegal, tanpa izin resmi, kerjasama PT Timah Tbk dengan perusahaan swasta tanpa izin resmi menyebabkan potensi kerugian besar bagi negara, termasuk pencemaran lingkungan, kerusakan lingkungan hidup, dan biaya ekonomi untuk pemulihan lingkungan yang terdampak, yang seharusnya berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Menurut kata data statistik di bursa efek Indonesia, laju pendapatan PT Timah Tbk menurun, dari Rp 12,5 triliun menjadi Rp 8,39 triliun pada tahun 2023, sementara beban pokok pendapatan turun sebesar Rp 7,92 triliun pada tahun 2023, tahun sebelum nya sebesar Rp 9,97 triliun. Harga saham PT Timah Tbk pasca kasus tersebut, juga merosot sebesar 4,82% atau 40 poin ke Rp 790 per lembar saham. Dalam sepekan pasca kasus, harga saham PT Timah Tbk melemah sebesar 0,63% dan dalam satu tahun pasca kasus, harga saham PT Timah anjlok sebesar 23,3%. Hal tersebut menandakan bahwa nilai perusahaan menurun disebabkan karena perusahaan melakukan kasus korupsi,

mengabaikan implementasi *Good Corporate Governance* serta tidak menerapkan *Corporate Social Responsibility* dalam menjalankan usahanya. PT Timah Tbk tidak masuk dalam kriteria sampel, karena pada tahun 2023 mengalami kerugian sebesar Rp 449.672.000.000. Kasus lain terkait pelanggaran *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor bahan baku dasar dan kimia, diantaranya ada PT Mahkota terbukti melanggar baku mutu dengan kadar sulfur dioksida (SO₂) yang melebihi batas yang ditetapkan pada cerobong asam unit II tahun 2019, pada tahun 2020 PT Liquid Indonesia telah terbukti melakukan pembuangan limbah industri yang menyebabkan kerusakan lingkungan dan pencemaran di wilayah kampung Cibeureum, Desa Cikande, Kecamatan Cikande Serang. Pada desember 2022 PT Toba Pulp dilaporkan oleh komnas HAM atas dugaan pelanggaran hak asasi manusia, yang meliputi penyerobotan tanah adat, hilangnya sumber mata pencaharian, penghancuran situs makam leluhur, serta kerusakan lahan pertanian dan sumber air akibat penggunaan pestisida. Berdasarkan kasus tersebut, nilai perusahaan menurun, ditandai dengan harga saham yang menurun, hal itu bisa disebabkan karena kepercayaan masyarakat atau investor terhadap perusahaan menurun, oleh sebab itu diperlukan perbaikan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut penelitian (Randy et al., 2013) dan (Yusran et al., 2018) *Good Corporate Governance* yang diukur dengan *Good Corporate Governance Score*, hasil penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Menurut

penelitian (Maharani & Wahidahwati, 2023) dan (Sukasih & Sugiyanto, 2017) *Good Corporate Governance* yang diukur dengan *Good Corporate Score*, hasil penelitian menunjukkan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Menurut (Nugraha et al., 2022) dan (Natalylova, 2013) *Good Corporate Governance* yang diukur *Good Corporate Governance Score*, tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian (Deswanto & Siregar, 2018) menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi, dapat menanggung biaya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara objektif, oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan laba/keuntungan, semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan, maka semakin besar informasi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah profitabilitas, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan semakin turun, karena keterbatasan sumber daya, tekanan efisiensi, serta prioritas utama yaitu keberlangsungan operasional dan peningkatan laba perusahaan. Profitabilitas merupakan hasil akhir dari serangkaian kebijakan, pengambilan keputusan manajemen terkait sumber dan pemanfaatan pendanaan untuk menjalankan perusahaan, yang tertulis dalam laporan keuangan dan neraca perusahaan. Menurut (Ita Rakhmawati, 2021), profitabilitas yang konsisten dapat memungkinkan perusahaan untuk bertahan dengan memperoleh *return* yang cukup jika dibandingkan dengan resikonya. Profitabilitas dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dan

sebagai informasi bagi pemegang saham untuk melihat keuntungan yang diterima dalam bentuk *dividen*. Investor menggunakan profitabilitas untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai saham yang dimiliki. Semakin tinggi profitabilitas yang diterima oleh perusahaan, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena investor percaya pada prospek jangka panjang perusahaan, sehingga nilai perusahaan dapat meningkat.

Hasil penelitian (Sarita & S, 2019) dan (Windasari, 2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan menurut (Ilham Thalib, 2017) dan (Ulla et al., 2023) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Namun, menurut (Ecodemica et al., 2018) dan (Ulla et al., 2023) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.

Studi empiris menyatakan bahwa terdapat faktor lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu *Leverage*. *Leverage* merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk pengambilan keputusan pembiayaan perusahaan dari utang yang mencerminkan nilai perusahaan. *Leverage* dapat menimbulkan pos biaya, berupa bunga yang mengakibatkan nilai perusahaan menurun. Menurut (Scott, 2000) semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan terkena pelanggaran kontrak hutang, hal ini dimungkinkan jika perusahaan ingin melaporkan laba sekarang lebih tinggi jika dibandingkan dengan laba di masa depan. Perusahaan dengan tingkat

leverage yang tinggi, maka akan cenderung sedikit mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, karena agar laba yang dilaporkan sekarang lebih tinggi. Struktur hutang, menjelaskan ukuran besar kecilnya penggunaan hutang sebagai sumber dana perusahaan, juga berpengaruh pada pembentukan nilai perusahaan. Menurut (Dian & Andreas, 2018), Hutang merupakan salah satu alat yang digunakan untuk meningkatkan keuntungan/laba perusahaan, peningkatan *leverage* memberikan sinyal positif jika peningkatan tersebut merefleksikan kemampuan manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Dian & Andreas, 2018). Semakin tinggi *Leverage*, maka nilai perusahaan akan menurun, karena investor dan pihak eksternal akan berfikir bahwa perusahaan kurang mampu dalam hal pembiayaan dan jika berkepanjangan maka akan menyebabkan *financial distress*, namun hal tersebut tidak dapat terjadi jika hutang digunakan untuk kegiatan operasional yang dapat menambah laba sehingga nilai perusahaan meningkat. *Leverage* juga mempunyai hubungan yang erat dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, dimana semakin tinggi *Leverage* maka perusahaan cenderung akan berfokus pada pelunasan hutang dan bunga, sehingga *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai biaya tambahan dan bukan prioritas utama, begitu juga sebaliknya, semakin rendah *Leverage*, maka penerapan *Corporate Social Responsibility* akan semakin baik, karena perusahaan mempunyai arus kas stabil yang dapat digunakan untuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, sehingga meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan jangka panjang.

Hasil Penelitian menurut (Wiksuana, 2017), menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut (Kolamban et al., 2020) dan (Rachman & Nopiyanti, 2019) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian (Farizki et al., 2021) dan (Robiah & Erawati, 2017) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penambahan Variabel Independen *Leverage*, penelitian sebelumnya dari (Bagus et al., 2020) hanya menggunakan variabel Independen Profitabilitas, *Good Corporate Governance*. perbedaan di sektor yang di teliti, peneliti mengambil sampel perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia*, data dapat diambil secara online maupun offline melalui perusahaan idx, penelitian sebelumnya mengambil populasi penelitian di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek China dan India, membandingkan secara komperatif dari dua negara tersebut. Perbedaan penelitian selanjutnya yaitu terdapat di tahun penelitian, dimana peneliti mengambil 4 tahun penelitian yaitu tahun 2021-2024, sedangkan penelitian sebelumnya meneliti selama 4 tahun yaitu dari tahun 2013-2016. Alasan peneliti menggunakan variabel intervening *Corporate Social Responsibility* yaitu karena pada penelitian sebelumnya variabel *intervening Corporate Social Responsibility* terbukti mempunyai pengaruh yang kuat terhadap variabel

independen dan dependen, artinya Variabel *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi pada penelitian sebelumnya, sehingga harapan nya pada penelitian ini dapat mempermudah dalam metode analisis data menggunakan *software SPSS* dan memperoleh hasil yang baik dan akurat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dan hasil penelitian terdahulu yang selalu bertentangan dengan *gap research*, maka hal ini sangat menarik untuk dijadikan penelitian lebih lanjut. Oleh karen itu, peneliti akan menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan, yaitu *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan *Leverage*. Penelitian ini juga menggunakan *GRI (Global Reporting Initiative)* tahun 2016, 2018, dan 2021 sesuai dengan sampel perusahaan mulai menerapkan indeks *GRI (Global Reporting Initiative)*, sehingga berbeda dengan penelitian terdahulu. peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*, Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* Tahun 2021-2024.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penelitian ini akan menguraikan tentang bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*. Adapun pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
6. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
7. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
8. Apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?
9. Apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
10. Apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi hubungan antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini merupakan keinginan-keinginan dari peneliti atas hasil penelitian dengan mendasarkan pada indikator-indikator apa yang hendak ditemukan dalam penelitian, terutama yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk menguji *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
5. Untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*.
6. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*.
7. Untuk menguji pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*.
8. Untuk menguji sejauh mana *Corporate Social Responsibility* dalam memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?
9. Untuk menguji sejauh mana *Corporate Social Responsibility* dalam memediasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
10. Untuk menguji sejauh mana *Corporate Social Responsibility* dalam memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dalam 2 kategori yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut manfaat dari penelitian antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, pengetahuan, wawasan dalam bidang Ekonomi, tentang Nilai Perusahaan dan menjadi panduan bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan konsep-konsep terkait, sehingga dapat memberikan kontribusi yang berarti pada pemahaman dan pengembangan bidang tersebut.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya, serta untuk mengembangkan penelitian sebelumnya tentang Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*.

1.4.2 Manfaat Praktis:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi dan pertimbangan terkait pengambilan keputusan untuk mengoptimalkan Nilai Perusahaan, melalui penerapan *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* dalam kebijakan implementasi konteks yang relevan.
2. Bagi Investor, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam menilai perusahaan, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi dan menanamkan modal terhadap perusahaan yang mempunyai potensi menguntungkan untuk mendapatkan pengembalian modal yang diharapkan.
3. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi *control* atas perilaku perusahaan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus dipenuhi oleh perusahaan, terutama pentingnya laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Grey et all (2016) dalam penelitian Marwah, menyatakan Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, kelompok masyarakat dan mengutamakan *society*, operasi perusahaan harus *kongruen* dengan harapan masyarakat, serta harus menunjukkan perilaku yang konsisten dan sesuai dengan nilai-nilai sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Teori *legitimasi* mempunyai asumsi berupa perjanjian masyarakat dengan perusahaan yang beroperasi. Perjanjian ini merupakan cara untuk menjelaskan sebagian keinginan masyarakat terkait standar masyarakat kepada perusahaan ketika perusahaan melakukan operasi di wilayah masyarakat. Keinginan masyarakat terhadap perusahaan akan berubah-ubah seiring berjalannya waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk *responsif* terhadap lingkungan tempat mereka beroperasi

Menurut (A Chariri, 2007) Teori *legitimasi* didasarkan pada adanya kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi. Kontrak sosial merupakan *legitimasi* perusahaan, yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan dan masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Menurut (Hadi, 2011b), *Legitimasi* dapat ditingkatkan melalui

kegiatan *Corporate Social Responsibility*, sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan hal yang penting dan wajib agar perusahaan mendapatkan nilai positif, reputasi perusahaan dan *legitimasi* dari masyarakat. Perusahaan cenderung melaporkan *Corporate Social Responsibility* dengan elemen positif bagi perilaku perusahaan, daripada elemen *negative*, karena *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan.

2.1.2 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* dikembangkan oleh Freeman (1984) menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan pihak yang bertanggung jawab terhadap perusahaan. Perusahaan dituntut untuk bisa menjaga hubungan dengan *stakeholder* sebagai kelompok yang mendukung perusahaan. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa pengembangan dan evaluasi persetujuan keputusan strategis yang disertai dengan kelompok pendukung merupakan fokus yang dibutuhkan untuk kelangsungan perusahaan dimasa depan (SW Anggiyani, 2016). Perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, lingkungan, dan ekonomi mendapat citra positif dari masyarakat. Hal tersebut menjadi bukti bahwa perusahaan, mempertimbangkan kepentingan *stakeholder*, sehingga eksistensi perusahaan dapat dipertahankan dan berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan (Apriliyanti, 2018).

Perusahaan menjaga hubungan dengan *stakeholder* yaitu dengan memperhatikan profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan dalam mengatur penggunaan asset

dengan baik (Sri Wahjuni Latifah, 2017). Investor akan berinvestasi kepada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi, karena perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam mengelolah usahanya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Disamping itu, *Stakeholder* menanamkan sebagian dananya sebagai aktivitas investasi dapat dijadikan sumber pendanaan eksternal perusahaan sesuai dengan model kebijakan dan perencanaan bisnis. Hal itu dapat diketahui dari *leverage* perusahaan yang meningkat. Perusahaan berupaya untuk dapat mengembalikan sumber pendanaan dari pihak eksternal agar hubungan perusahaan dengan pihak eksternal tetap terjaga. Terjaganya hubungan yang harmonis perusahaan dengan *stakeholder* dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* sangat erat kaitannya dengan teori *stakeholder*, karena berfungsi sebagai kerangka kerja untuk memastikan perusahaan memenuhi tanggung jawab kepada para *stakeholder*. Di dalam *Good Corporate Governance* terdapat prinsip seperti transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi dan kewajaran atau kesetaraan, secara langsung mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan dan mendorong kepentingan semua pihak. *Good Corporate Governance* menjadi pondasi yang kuat dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Good Corporate Governance

Menurut (Kusmayadi et al., 2015) *Good Corporate Governance* merupakan rangkaian proses terstruktur yang digunakan untuk mengelola,

mengarahkan atau memimpin bisnis dan usaha korporasi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan keberlanjutan perusahaan. Penerapan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan memberikan sinyal positif bagi pemegang saham untuk mempercayai perusahaan. Penerapan *Good Corporate Governance* berkaitan erat dengan isu *Agency Theory*, di mana para karyawan lebih cenderung ingin mengutamakan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan pemegang saham.

Good Corporate Governance merupakan struktur hak kewajiban dewan dan manajerial serta pihak yang mempunyai kepentingan dalam perusahaan. *Good Corporate Governance* dianggap sebagai peran vital perusahaan, mekanisme tata kelola perusahaan yang baik merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan keputusan investasi oleh pihak asing (Hsu, W, -H, Wang, G., Tsai, H.-L., & Lu, 2016), *Good Corporate Governance* merupakan *system* yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan kepada pemegang saham, sehingga penerapan *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan keputusan Menteri BUMN Tahun 2002 No. KEP-117MMBU/2002 tentang penerapan *Good Corporate Governance*, menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan dan akuntabilitas perusahaan untuk mewujudkan nilai pemegang saham jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Berdasarkan keputusan Menteri BUMN Tahun 2002 No. KEP-117MMBU/2002 tentang

penerapan *Good Corporate Governance* terdapat prinsip yang melandasi yaitu *Transparansi, Kemandirian, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban dan Kewajaran (Fairness)*.

Good Corporate Governance dapat digunakan untuk mengatasi konflik keagenan atau *agency problem*. Penerapan prinsip *Good Corporate Governance* memberikan manfaat diantaranya, meminimalisir biaya agensi dengan mengontrol konflik kepentingan yang mungkin terjadi antara *principal* dan *agent*, meminimalisir *cost of capital* melalui menciptakan sinyal positif kepada penyedia modal, meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan umum, meningkatkan nilai perusahaan, dilihat dari *cost of capital* rendah, meningkatkan persepsi keuangan dan persepsi *stakeholder* tentang perusahaan yang lebih baik (Qolbia, 2017).

Konsep penerapan *Good Corporate Governance* menekankan pada dua hal yaitu pentingnya hak pemegang saham atas kebenaran informasi secara tepat waktu dan kewajiban perusahaan melakukan pengungkapan secara akurat, tepat waktu, *transparan* terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, *stakeholder*. *Good Corporate Governance* diperlukan untuk memberikan kemajuan yang lebih baik terhadap kinerja perusahaan dan keberlangsungan perusahaan, dapat dipercaya oleh masyarakat (Alex, 2017). (Committee, 1992) Berpendapat bahwa *Good Corporate Governance* merupakan *system* yang mengatur, mengarahkan, mengendalikan, agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan

pertanggungjawaban kepada pemegang saham. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan *public*, direktur, manajer, pemegang saham, para pemangku kepentingan yang lain. Dalam penelitian ini pengukuran *Good Corporate Governance* menggunakan skor diantara nya *transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kewajaran dan kesetaraan, serta kepemilikan*, dengan menggunakan pengukuran skor ini, diharapkan dapat mendapatkan implementasi penerapan *Good Corporate Governance* yang sebenar nya pada setiap sampel perusahaan.

2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditentukan dengan jumlah laba yang diperoleh melalui penjualan atau investasi. Profitabilitas mengacu pada kemampuan organisasi untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu berdasarkan penjualan, *asset*, dan laba investasi. Profitabilitas menggambarkan seberapa efektif dan efisien perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasional perusahaan, oleh karena itu perusahaan akan berlomba-lomba untuk meningkatkan profitabilitas, karena semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin terjamin kelangsungan perusahaan. (Rahmadani et al., 2022). Perusahaan dengan Profitabilitas yang tinggi dapat menarik minat investor untuk berinvestasi ke perusahaan dan dapat membagikan dividen yang besar kepada investor, dapat memberikan dampak positif terhadap harga saham dan nilai perusahaan

Profitabilitas dapat di ukur dengan menggunakan rasio Profitabilitas yaitu *Return On Asset*. Penggunaan rasio *profitabilitas* dilakukan dengan perbandingan beberapa komponen di laporan keuangan laba rugi dan neraca, sehingga dapat melakukan pengukuran dalam waktu tertentu. Tujuannya untuk melihat perkembangan perusahaan dalam kondisi tertentu seperti kenaikan atau penurunan selama periode waktu tertentu. Penelitian ini menggunakan *Return On Asset*, rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan atas *asset* yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan, semakin tinggi pengembalian *asset* maka semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan dari dana yang tertanam di *asset*, sebaliknya, semakin rendah pengembalian *asset* maka semakin rendah laba bersih yang dihasilkan dari dana yang tertanam di *asset*. *Return On Asset* dipilih karena dilihat melalui tingkat efisiensi *operasional* perusahaan secara keseluruhan. (Aulia Rahman, 2018)

2.2.3 Leverage

Leverage digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap ekuitas perusahaan. Menurut (Fahmi, 2017) Rasio *Leverage* merupakan alat ukur yang digunakan untuk melihat perusahaan menjalankan usahanya menggunakan dana yang bersumber dari pinjaman jangka pendek dan jangka panjang. Semakin tinggi tingkat *leverage*, maka nilai perusahaan menjadi rendah. Rasio *leverage* juga menjelaskan tentang bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya. Rasio ini memberikan ukuran atas dana yang disediakan pemilik dibandingkan dengan keuangan yang

diberikan oleh *kreditor* (N. C. A. Arifin, 2022). *Leverage* dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

1. *Financial Leverage* merupakan penggunaan dana yang memiliki beban tetap, diharapkan dapat memberikan laba lebih besar dari beban tetap yang dikorbankan sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh investor.
2. *Operating Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan beban tetap agar dapat merubah tingkat penjualan terhadap *Earning Before Taxes (EBIT)* dari suatu emiten.
3. *Combination Leverage* adalah perubahan penjualan yang dapat berpengaruh terhadap laba setelah pajak perusahaan, untuk melihat efek dari perubahan tingkat penjualan terhadap laba atau rugi yang diperoleh investor atau pemegang saham secara langsung.

Pada penelitian ini *leverage* di ukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio*, perbandingan antara jumlah hutang dengan jumlah ekuitas perusahaan.

2.2.4 Corporate Social Responsibility

Menurut (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang *Going Concern* dengan memfokuskan pada keseimbangan antara kepedulian aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut (Indira Shinta Dewi & Dita Nur Khafi, 2018) berpendapat, *Corporate Social Responsibility* merupakan konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial yang selaras dengan perusahaan untuk membantu tercapainya

kesejahteraan *stakeholder*, dan mencapai laba semaksimal mungkin, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan menurut organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development (WBSCD)* menyatakan *Corporate Social Responsibility* merupakan keterikatan bisnis yang digunakan untuk memberikan peran pada pembangunan ekonomi yang *sustainable*, dapat bekerja dengan karyawan, keluarga dan masyarakat.

Konsep *Corporate Social Responsibility* berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan secara berkelanjutan, melalui kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat, mengurangi kemiskinan, pelatihan, *workshop*, pelestarian lingkungan, pembangunan ekonomi berkelanjutan, hal ini dilakukan untuk membantu perusahaan dalam hal memperbaiki akses keuangan, akses pada modal, meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, memelihara kualitas kerja, memperbaiki keputusan pada isu kritis, menangani resiko secara lebih efisien dan mengurangi biaya jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* merupakan kewajiban pemegang saham untuk membuat kebijakan, keputusan dan tindakan yang dilakukan dengan tujuan memberikan nilai-nilai pada masyarakat. Kemudian definisi tersebut diperbarui, yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan keputusan dan tindakan bisnis yang diambil dengan alasan atau setidaknya sebagian yang melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan. Dalam penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan indeks standar pelaporan keberlanjutan secara *international*.

2.2.5 Nilai Perusahaan

Dalam proses pengambilan keputusan, manajer keuangan wajib mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, manajer harus mampu memberikan laporan keuangan yang tepat untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon investor jika perusahaan tersebut dijual. (Irawan & Kusuma, 2019). Nilai perusahaan diukur melalui nilai saham sebagai bentuk penilaian dari Masyarakat. Harga saham sebagai *refleksi* perusahaan, nilai pasar perusahaan dilihat dari harga saham dan pasar yang terbentuk pada saat transaksi jual beli, semakin tinggi harga saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan, oleh karena itu, nilai perusahaan dijadikan investor sebagai persepsi untuk menilai keberhasilan dan keberlangsungan perusahaan dimasa depan (Harmono, 2022).

Nilai perusahaan disebut dengan *Discounted Expected Cash Flow* dari asset yang ada. *Discounted Cash Flow* merupakan penilaian kas yang terbaik, mengukur informasi lengkap mengenai aliran kas yang disyaratkan dengan aset yang ada menggunakan periode penilaian yang cukup lama. (Yudiana, 2012). Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan sebagai bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan. Rasio Nilai Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Tobin's Q* mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan nilai pasar total asset perusahaan dengan biaya penggantian (*replacement cost*) asset tersebut. Rasio ini memberikan

gambaran tentang bagaimana pasar menilai kinerja dan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel dalam Nilai Perusahaan. Berikut merupakan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya mengenai Nilai Perusahaan. Penelitian tentang Nilai Perusahaan yang sudah dilakukan sebelumnya masih sering menimbulkan beberapa perbedaan hasil. Peneliti telah merangkumnya dalam tabel yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ida Bagus Anom Purbawangsana, Solimun, Solimun, Adji Achmad Reinaldo Fernandes and Sri Mangesti Rahayu (2019)	<i>Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016)</i>	Y = Nilai Perusahaan X1 = Good Corporate Governance X2 = Profitabilitas X3 = Corporate Social Responsibility (Intervening)	1. <i>Good Corporate Governance, Profitabilitas</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 3. <i>Good Corporate Governance, Profitabilitas, Pengungkapan Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan dan

				<p>positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>4. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>5. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>
2.	Kamaliah, 2020	<p><i>Disclosure of corporate social responsibility (CSR) and its implications on company value as a result of the impact of corporate governance and profitability</i></p>	<p>Y = Nilai Perusahaan</p> <p>X1 = <i>Good Corporate Governance</i></p> <p>X2 = Profitabilitas</p> <p>X3 = <i>Corporate Social Responsibility (Intervening)</i></p>	<p>1. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>2. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>.</p> <p>3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>4. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan tidak melalui Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>

				5. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Melalui Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .
3.	Alfaridzi Trisurya Pamungkas (2020)	Analisis Pengaruh <i>Profitabilitas, Good Corporate Governance, Leverage, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening.</i>	Y = Nilai Perusahaan X1 = Profitabilitas X2 = <i>Good Corporate Governance</i> X3 = <i>Leverage</i> X4 = Ukuran Perusahaan X5 = <i>Corporate Social Responsibility (Intervening)</i>	1. Profitabilitas, Komisaris Independent, Komite Audit, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan. 2. Profitabilitas, Komisaris Independent, Komite Audit, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> . 3. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan mampu memediasi pengaruh Komisaris Independent, <i>Leverage</i> . 4. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memediasi pengaruh Komite Audit, Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan.

4.	Isti Dahliatul Khasanah, Agus Sucipto (2020)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Profitabilitas</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i> .	Y = Nilai Perusahaan X1 = <i>Good Corporate Governance</i> X2 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X3 = <i>Profitabilitas (Intervening)</i>	<p>1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh tidak signifikan dan negative terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh tidak signifikan dan negative terhadap Profitabilitas.</p> <p>3. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>4. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap Profitabilitas.</p> <p>5. Profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>6. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara tidak langsung melalui Profitabilitas melalui <i>Return On Asset</i>.</p> <p>7. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh secara signifikan dan tidak langsung terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas terbukti memberikan</p>
----	--	---	--	---

				pengaruh yang signifikan sebagai Variabel <i>Intervening</i> .
5.	Dhwan Fasya Nur Hidayat (2021)	Pengaruh <i>Prudent Akuntansi, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Good Corporate Governance</i> (Studi Empiris Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di <i>BEI</i> 2016–2018)	Y = Nilai Perusahaan X1 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 = <i>Good Corporate Governance</i> X3 = Profitabilitas X4 = Ukuran Perusahaan	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> yang diproksikan dengan komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk <i>Good Corporate Governance</i> yang diproksikan dengan dewan komisaris dan profitabilitas yang diproksikan oleh <i>ROA</i> , dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Putri Nadhiyah (2021)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan</i>	Y = Nilai Perusahaan X1 = <i>Good Corporate Governance</i> X2 = Profitabilitas X3 = <i>Leverage</i>	1. <i>Good Corporate Governance</i> yang diukur dengan Dewan Komisaris berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. 2. Profitabilitas yang diukur dengan <i>ROA</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan 3. <i>Leverage</i> yang diukur dengan <i>Debt to Equity Ratio</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

7.	Widia Ayuning Lestari, K Bagus Wardianto, M. Iqbal Harori (2021)	Analisis Nilai Perusahaan yang dipengaruhi oleh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Social Responsibility</i> , dan <i>Leverage</i>	Y = Nilai Perusahaan X1 = <i>Good Corporate Governance</i> X2 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X3 = <i>Leverage</i>	1. <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Leverage</i> berpengaruh negative tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> secara parsial berpengaruh negative signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
8.	Ardivan Dicha Valentino, Putu Ery Setiawan (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Y = Nilai Perusahaan X1 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 = Profitabilitas X3 = <i>Leverage</i> X4 = Ukuran Perusahaan	1. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. 3. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan 4. Ukuran Perusahaan memiliki Pengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan.
9.	Achmad Agus Yasin Fadli (2022)	Pengaruh Profitabilitas (<i>ROA</i>) dan <i>Leverage</i> (<i>DER</i>) Terhadap Nilai Perusahaan (<i>Tobin's Q</i>) dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (<i>CSR</i>) Sebagai	Y = Nilai Perusahaan X1 = Profitabilitas X2 = <i>Leverage</i> X3 = <i>Corporate Social Responsibility</i> (<i>Intervening</i>)	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> 3. Profitabilitas, <i>Leverage</i> berpengaruh positif

		Variabel Intervening		<p>dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>4. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>5. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak dapat memediasi pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>6. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak dapat memediasi pengaruh antara <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p>
10.	Putri, Megawati Ajo and Yuliusman, Yuliusman and Rahayu, Rahayu (2023)	<p>Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i>, <i>Corporate Social Responsibility</i>, <i>Firm Size</i>, terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Good Corporate Governance</i> sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Teknologi yang tercatat di BEI tahun 2019 – 2022.</p>	<p>$Y = \text{Nilai Perusahaan}$</p> <p>$X1 = \text{Profitabilitas}$</p> <p>$X2 = \text{Leverage}$</p> <p>$X3 = \text{Corporate Social Responsibility}$</p> <p>$X4 = \text{Firm Size}$</p> <p>$X5 = \text{Good Corporate Governance}$ (Variabel Moderasi)</p>	<p>1. Profitabilitas, <i>Firm Size</i>, berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>2. <i>Leverage</i>, <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>3. <i>Good Corporate Governance</i> mampu memoderasi relasi antara Profitabilitas, <i>Firm Size</i>, terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>4. <i>Good Corporate Governance</i>, tidak memoderasi antara <i>Leverage</i>, <i>CSR</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p>

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Hipotesis Langsung

Hipotesis langsung merupakan bentuk hipotesis yang menyatakan hubungan secara langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen, tanpa melibatkan variabel lain sebagai perantara, atau dalam artian menguji pengaruh x terhadap y, berikut ini hipotesis langsung dalam penelitian:

2.4.1.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Pemegang saham perusahaan terdiri dari dua kepemilikan yaitu saham yang dimiliki oleh pihak manajer dan pihak institusi. Kepemilikan saham merupakan faktor utama mekanisme *Good Corporate Governance* yang memegang kendali atas keputusan atau kebijakan perusahaan. Pemegang saham sebagai pengendali perusahaan diharapkan menjadi pihak utama yang akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin tinggi perusahaan menerapkan *Good Corporate Governance*, maka akan semakin baik pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, karena perusahaan mempunyai dana dan sistem pengawasan serta pelaksanaan yang baik, maka tentunya *Corporate Social Responsibility*, akan menjadi fokus utama, yang akan membuat nilai perusahaan meningkat.

Pengawasan operasional perusahaan yang dilakukan oleh dewan komisaris akan dibantu oleh komite audit. Komite audit, berfungsi untuk memberikan pandangan mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan kebijakan keuangan, akuntansi, dan pengendalian internal (M. F. F. A.

Nugroho, 2011). Komite Audit diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengawasan dan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan menjadi lebih baik. *Good Corporate Governance* dalam penelitian ini, diukur dengan metode *score*, diantaranya transparansi, memuat apakah perusahaan menyampaikan laporan keuangan secara terbuka, apakah informasi material perusahaan mudah diakses. Aspek akuntabilitas memuat apakah terdapat komite audit yang mengawasi organisasi agar fungsi manajemen berjalan dengan efektif, apakah dewan komisaris dan dewan direksi menjalankan fungsi pengawasan dan pengelolaan secara optimal. Aspek responsibilitas memuat apakah perusahaan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku., apakah perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan. Aspek independensi memuat apakah terdapat dewan komisaris yang bebas intervensi dari pihak lain yang tidak berwenang, apakah perusahaan mempunyai sistem *independent* dalam pengambilan keputusan strategis. Aspek kewajaran dan kesetaraan memuat apakah perusahaan memberikan perilaku adil kepada semua pemangku kepentingan, apakah hak-hak pemegang saham minoritas dilindungi dengan baik. Aspek kepemilikan memuat apakah terdapat kepemilikan manajerial dalam struktur kepemilikan saham perusahaan, apakah kepemilikan institusional signifikan dalam perusahaan. Dengan adanya penilaian *Good Corporate Governance* berdasarkan item tersebut, maka diharapkan akan membuat pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* semakin baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Menurut penelitian (Randy et al., 2013) dan (Yusran et al., 2018) menyatakan bahwa *Good Corporate*

Governance berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan deskripsi tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Good Corporate Governance* Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility*

2.4.1.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Hadi, 2011a) Perusahaan merupakan pihak yang memperoleh keuntungan besar dalam pemanfaatan sumber daya, sementara masyarakat justru menanggung akibat negatif (*negative externalities*) baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu perusahaan harus bertanggungjawab atas berbagai dampak negatif yang muncul. Perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang timbul, memberikan nilai timbal balik kepada pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan harus melakukan tindakan *Corporate Social Responsibility*, menjadi bagian yang tak terpisahkan dari operasional. *Corporate Social Responsibility* merupakan aktivitas *kontraprestasi* langsung dan tidak langsung akibat *operasional* perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Profitabilitas diperoleh dari pendapatan bersih kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Dengan demikian pengukuran profitabilitas perusahaan menunjukkan tingkat efektivitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas salah

satunya adalah *Return On Assets (ROA)* (Pratiwi et al., 2020). Perusahaan memperoleh keuntungan yang besar, namun perusahaan dalam menjalankan operasinya menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan berupa pencemaran terhadap lingkungan dan penurunan tingkat kesehatan masyarakat. Sehingga perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk program *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan.

Secara teoritis, menurut (Kokubu, K. Noya.A. Shinabe, T. Highasida, 2002) terdapat pengaruh positif antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas, Artinya perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan sangat mempertimbangkan pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, karena khawatir akan mengganggu kegiatan operasional perusahaan. Penelitian yang dilakukan dengan hasil selaras dilakukan oleh (Purba & Yadnya, 2015), (RY Setyono, 2014) menunjukkan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adanya hubungan yang signifikan antara Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *Return On Asset* dengan pengungkapan indeks

sosial dan lingkungan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responsibility*

2.4.1.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dengan rasio *Leverage* yang tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrument untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor. Perusahaan akan memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan keuangan untuk memenuhi kebutuhan, jika dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat *Leverage* nya lebih rendah (Premana, 2011). Menurut (Fahrizqi, 2010) semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, agar dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdul, 2020) yang berpendapat bahwa Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan berusaha untuk tidak melaporkan pertanggungjawaban sosial, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menghemat biaya, karena dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini didukung oleh (Reni & Anggraini, 2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar

kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Pelaporan laba yang tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang kuat sehingga meyakinkan perusahaan dalam memperoleh pinjaman dari para *stakeholder* perusahaan. Perusahaan dalam menggapai laba yang tinggi maka akan mengurangi biaya-biaya, termasuk mengurangi biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial. Namun, tambahan informasi seperti informasi sosial diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang *obligasi* terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan *leverage* yang tinggi. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis berikut:

H3: *Leverage* Berpengaruh Negatif Terhadap *Corporate Social Responsibility*

2.4.1.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

World Business Councilfor Sustainable Development (WBCSD)

menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga dan masyarakat lokal (Mardikanto, 2014). *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak karena dampak yang timbul atas aktivitas operasional perusahaan. Secara teori, semakin baik perusahaan dalam aspek ekonomi, *social* dan lingkungan maka

nilai perusahaan akan meningkat. *Corporate Social Responsibility* terhadap Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia merupakan hal yang penting karena dapat meningkatkan Nilai Perusahaan, *Investor* akan cenderung menanamkan modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian *social* terutama untuk perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, yang kegiatan bisnisnya berdampak langsung pada lingkungan. *Corporate Social Responsibility* merupakan hal yang penting karena perusahaan tidak hanya memenuhi kepentingan pemilik modal saja (*Investor* dan *Kreditor*), tetapi juga bertanggungjawab dengan pemangku kepentingan lainnya yaitu konsumen, masyarakat, karyawan, pemerintah, pemasok, pesaing terkait dengan pelestarian lingkungan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan (*Annual Report*) memperkuat citra perusahaan dimata masyarakat dan menjadi salah satu pertimbangan oleh investor ketika ingin memutuskan berinvestasi, dan Nilai Perusahaan akan meningkat. Menurut (Munzir et al., 2021) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu membuktikan kepada masyarakat bahwa perusahaan memproduksi barang yang berkualitas bagus dan melaksanakan kegiatan operasi secara *etis* dan bertanggung jawab, sehingga masyarakat percaya terhadap perusahaan dan meningkatkan Nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Farantika & Susilo, 2021) menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik dan lengkap dapat meningkatkan kepercayaan dari investor untuk berinvestasi,

nantinya akan meningkatkan kesempatan untuk memperoleh *profitabilitas* yang besar dengan nilai perusahaan yang baik. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Bidhari et al., 2013) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian (Yanto, 2018) selaras dengan hasil penelitian diatas dan memperkuat bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H4: *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

2.4.1.5 Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut *The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG)*, *Good Corporate Governance (GCG)* merupakan Struktur, sistem, proses yang digunakan oleh organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan moral, etika, budaya dan aturan yang berlaku. Dalam penelitian ini *Good Corporate Governance* menggunakan pengukuran skor *transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kewajaran dan kesetaraan* serta kepemilikan. Tujuan dari penerapan *Good Corporate Governance* yaitu untuk menciptakan nilai tambah dari *steakholder*; apabila perusahaan menerapkan *Good Corporate Governance* maka keuntungan yang di dapatkan oleh perusahaan, diantara nya mudah untuk mendapatkan tambahan modal, *cost of capital* menjadi lebih rendah, meningkatkan kinerja bisnis, dan meningkatkan harga saham perusahaan atau dapat dikatakan nilai perusahaan meningkat, seiring dengan

penerapan *good corporate governance*, Perusahaan yang mempunyai *score* tinggi menandakan bahwa perusahaan mampu mengimplementasikan penerapan *Good Corporate Governance* dengan baik. *Good Corporate Governance* berfungsi untuk mencegah atau mengurangi terjadinya konflik keagenan, menunjukkan hal positif bagi investor. Implementasi penerapan *Good Corporate Governance* menandakan bahwa perusahaan sudah di kelola dengan efisien sesuai dengan keinginan pemegang saham. Persepsi positif investor membuat investor bereaksi positif terhadap harga saham, sehingga harga saham meningkat dan nilai perusahaan meningkat.

Besarnya variasi dalam pelaksanaan *Good Corporate Governance* menjadi faktor yang berdampak signifikan untuk meningkatkan nilai pasar saham perusahaan. Menurut (BS Black, H Jang, 2006) menyatakan bahwa salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui deviden dan meningkatkan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka akan semakin tinggi kemakmuran pemegang saham, dengan nilai perusahaan yang tinggi maka diharapkan kesejahteraan pemegang saham dapat terpenuhi, hasil penelitian menurut (Randy et al., 2013) dan (E. W. Kristanti, 2016) menunjukkan bahwa *Good corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, yang akan semakin mendukung hipotesis penelitian, dan dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Good Corporate Governance* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.4.1.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba selama periode tertentu. Rasio Profitabilitas merupakan salah satu metode atau teknik dalam menganalisis laporan keuangan, Rasio Profitabilitas digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari aktivitas bisnisnya (Herry, 2020). Rasio Profitabilitas juga digunakan untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dari kegiatan bisnis seperti penjualan, kas, modal, jumlah cabang dan lain sebagainya (Harahap, 2011). Profitabilitas dapat digunakan oleh manajemen untuk mencapai keefektifan dalam mencari laba perusahaan yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, laba yang tinggi salah satu faktor utama oleh investor dalam berinvestasi, naiknya permintaan saham akan membuat meningkatnya Nilai Perusahaan. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan yang tinggi dapat menarik minat investor yang berorientasi bahwa perusahaan akan memberikan keuntungan yang tinggi pula kepada investor, dengan minat investor yang tinggi maka akan meningkatkan harga saham dan akan meningkatkan Nilai Perusahaan.

Penelitian (Nyoman Agus Swardika, 2017) memperoleh hasil bahwa Profitabilitas secara *parsial* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Jika semakin tinggi Profitabilitas, maka akan semakin tinggi Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Nyoman Agus Swardika, 2017) tentang

pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, dijelaskan bahwa semakin tinggi Profitabilitas, maka akan memberikan sinyal positif terhadap Investor bahwa perusahaan dalam kondisi baik, sehat dan mempunyai kemampuan memperoleh keuntungan yang baik, akan menarik minat investor untuk berinvestasi ke perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Laksito & Khafa, 2015) menyatakan bahwa Profitabilitas, dengan pengukuran menggunakan *Return On Assets (ROA)* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Inad Pramana, 2016) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.4.1.7 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Penggunaan hutang untuk membiayai investasi perusahaan akan menimbulkan risiko keuangan. Risiko keuangan merupakan kemungkinan yang akan terjadi apabila perusahaan tidak dapat menutup biaya yang timbul akibat hutang yang berupa bunga. Penggunaan hutang dengan tingkat pembayaran angsuran dan beban bunga yang lebih besar dari pada manfaat hutang, akan menurunkan nilai perusahaan karena dapat meningkatkan resiko perusahaan dan meyebabkan *financial distress* (Liana Susanto, 2021). bertambahnya hutang maka resiko keuangan berupa kebangkrutan akan meningkat, namun masih bisa ditutup dengan penghematan pajak apabila manfaat hutang belum mencapai posisi yang optimal. Posisi yang optimal yaitu

penambahan manfaat dari hutang seimbang dengan biaya kebangkrutan yang timbul. Tetapi apabila jumlah hutang masih bertambah, sehingga manfaat dari hutang lebih kecil dan meningkatnya biaya kebangkrutan, maka akan memperbesar risiko keuangan dan menimbulkan kondisi kesulitan. Pengaruh negatif *leverage* terhadap nilai perusahaan, memberi interpretasi setiap penambahan hutang, akan menurunkan nilai perusahaan secara signifikan. Dapat berakibat meningkatnya biaya kebangkrutan atau bunga yang ditimbulkan seiring menurunnya penghematan pajak sebagai manfaat dari penggunaan hutang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Liana Susanto, 2021) dan (Dr. Talat Afza & Samya Tahir, 2012), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H7: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2 Hipotesis Tidak Langsung

Hipotesis tidak langsung merupakan hipotesis yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh variabel independent (x) terhadap variabel dependen (y) melalui variabel perantara atau intervening (z), artinya pengaruh x terhadap y tidak terjadi secara langsung, tetapi dilalui terlebih dahulu oleh variabel lain.

Berikut ini rumusan hipotesis tidak langsung dalam penelitian:

2.4.2.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* secara efektif cenderung menjalankan aktivitas operasional dengan lebih transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab. Penerapan *Good Corporate Governance* yang baik tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan

semata, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan para *stakeholders*, secara luas, termasuk aspek sosial dan lingkungan. Salah satu bentuk implementasi dari *Good Corporate Governance* yaitu melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*, di mana perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu saluran bagi perusahaan dalam menerapkan prinsip tanggung jawab sosial yang sesuai dengan nilai-nilai *Good Corporate Governance*. *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan secara optimal dapat menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan investor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, *Corporate Social Responsibility* berperan sebagai variabel mediasi (*intervening*) dalam hubungan antara *Good Corporate Governance* dan nilai perusahaan. Artinya, *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan secara tidak langsung melalui peningkatan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Menurut penelitian (Purbopangestu & Subowo, 2014) dan (Bambang Soedaryono, 2011) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh antara *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan menurut penelitian (Klaudia et al., 2022) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi pengaruh antara *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H8: *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efisien dan efektif untuk memperoleh keuntungan. Dalam konteks ini, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung memiliki kapasitas keuangan yang memadai, sehingga lebih mampu untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berperan sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi atau sebagai upaya untuk menjalankan nilai-nilai etika perusahaan, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun reputasi dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi sarana komunikasi perusahaan terhadap pemangku kepentingan eksternal, termasuk konsumen, investor, masyarakat dan pemerintah. Dengan menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang konsisten dan terstruktur, perusahaan dapat menciptakan citra positif di mata publik serta meningkatkan legitimasi sosial. Peningkatan persepsi positif dari masyarakat dan investor terhadap perusahaan akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, tetapi juga menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial jangka panjang. Artinya profitabilitas tidak hanya berdampak langsung

terhadap nilai perusahaan, melainkan juga berdampak secara tidak langsung melalui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* berperan sebagai mekanisme intermediasi yang menghubungkan antara kinerja keuangan dan peningkatan nilai perusahaan, karena melalui *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas perusahaan dikonversi menjadi nilai tambah yang diakui oleh publik dan pasar. Oleh sebab itu, penting untuk menguji sejauh mana *Corporate Social Responsibility* memediasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dalam konteks perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Studi sebelumnya mendukung kesimpulan bahwa profitabilitas tidak memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. (Rahayu et al., 2020) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* memberikan dampak positif pada nilai perusahaan melalui peningkatan legitimasi sosial, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. (H. E. Putri & Setiawan, 2021) juga melaporkan bahwa biaya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* seringkali menekan profitabilitas dalam jangka pendek, meskipun perusahaan mendapatkan manfaat dalam bentuk reputasi yang lebih baik. Disini lain, (L. Arifin, A, 2022) menemukan bahwa dalam kasus tertentu, *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan profitabilitas melalui loyalitas konsumen, tetapi efek ini tidak konsisten. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H9: *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

2.4.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Corporate Social Responsibility*

Leverage merupakan salah satu aspek penting dalam struktur keuangan perusahaan yang mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana pinjaman dalam operasional. Tingkat *leverage* yang tinggi sering kali dikaitkan dengan risiko keuangan yang lebih besar karena perusahaan memiliki kewajiban tetap berupa pembayaran bunga dan pelunasan pokok utang. Dalam konteks ini, perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengalokasikan dananya, termasuk dalam hal pembiayaan aktivitas non-keuangan seperti tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Sebaliknya, perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih besar untuk menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* merupakan wujud tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usahanya. Melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang konsisten, perusahaan dapat meningkatkan reputasi, kepercayaan publik, serta loyalitas konsumen dan investor, yang pada akhirnya dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan yang tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan, baik dari sisi pasar maupun persepsi investor.

Dalam hal ini, *Corporate Social Responsibility* dipandang sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

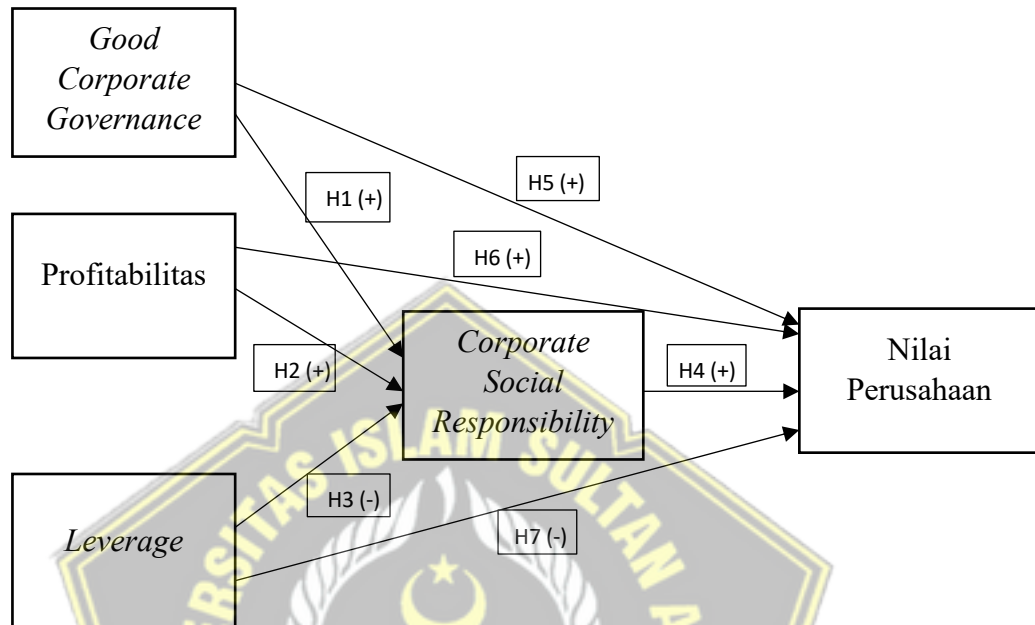
Artinya, *leverage* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, tetapi secara tidak langsung dapat memengaruhi intensitas dan kualitas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Ketika *leverage* tinggi, maka menghambat alokasi dana untuk *Corporate Social Responsibility*, dampaknya terhadap reputasi perusahaan bisa menurun, yang berujung pada penurunan nilai perusahaan. Sebaliknya, *leverage* rendah memungkinkan perusahaan lebih aktif dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility*, yang akan memperkuat citra positif perusahaan di mata publik dan investor. Hal ini selaras dengan teori *Stakeholder* dan *Legitimasi*, yang menekankan pentingnya perusahaan dalam memenuhi ekspektasi sosial untuk memperoleh legitimasi dan dukungan dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* menjadi instrumen penting dalam membangun hubungan yang harmonis dengan pemangku kepentingan. Berdasarkan penelitian (Munzir et al., 2023) bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Menurut (Rahmawati, 2019) bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H10: *Corporate Social Responsibility* memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

2.5 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui

Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di *BEI* Tahun 2021-2024.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu *Eksplanatory Research*. *Explanatory* artinya penjelasan, menjelaskan, menerangkan peristiwa. Metode penelitian ini disebut penelitian sebab akibat (*causality research*) atau penelitian pengujian (*verificatife research*). Menurut (Sugiyono, 2017) *Explanatory Research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti menggunakan metode penelitian *Explanatory Research* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis. Sehingga fokus utama dalam penelitian ini yaitu untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel yaitu *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage*, terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur sektor Industri dasar dan kimia yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI)* tahun 2021 – 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Setiap penelitian diawali dengan pertanyaan mengenai satu atau beberapa kelompok individual dalam objek tertentu. Salah satu tujuan penelitian yaitu menjelaskan sifat populasi. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek

yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat- syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Sejalan dengan pendapat tersebut, V. Wiratna Sujarweni (2014) mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, yaitu manusia, hewan, benda, tumbuhan, fenomena, gejala, dan peristiwa lainnya yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu Perusahaan Manufaktur sektor Industri dasar dan kimia yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI)* tahun 2021 – 2024.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yaitu sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan merupakan bagian yang mewakili keseluruhan anggota populasi. Sampel yang baik memiliki sifat *representative* terhadap populasi. Suatu sampel yang tidak *representatif* terhadap setiap anggota populasi, berapa pun ukuran sampel, tidak dapat *digeneralisasi* terhadap populasi. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana. Menurut (Sugiyono, 2002) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Hal yang sama dikemukakan oleh (Singarimbun, 1989) menyatakan bahwa “tidak perlu

meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memakan biaya yang sangat besar dan membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti dalam bentuk sampel, mengharapkan hasil yang menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini, yaitu:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* Tahun 2021 – 2024 secara konsisten dan berturut-turut.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang menerbitkan laporan keuangan dan *annual report* secara lengkap pada tahun 2021 – 2024 yang telah di audit.
3. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dan *annual report* dengan mata uang rupiah selama masa penelitian.
4. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang mempunyai laba positif atau tidak mengalami kerugian selama periode penelitian.
5. Perusahaan yang mempublikasikan *sustainable report* dan memakai indeks *Global Reporting Initiative Standard* dalam laporan keberlanjutan, selama periode penelitian.
6. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang memiliki data tersedia secara lengkap dan sesuai dengan variabel penelitian periode 2021-2024.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, artinya teknik untuk menentukan sampel dari populasi dengan pertimbangan khusus (I. Ghozali, 2018).

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu Penelitian Kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) “pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini menggunakan data sekunder, Dimana data sekunder merupakan informasi data yang di dapat bukan secara langsung dari *subjek* pengujian, tetapi dari pihak ketiga yang mayoritas berupa laporan yang dapat diakses atau informasi dokumentasi (Azwar, 2020). Data *sekunder* umumnya terdiri dari bukti, catatan, laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang telah diterbitkan atau belum diterbitkan. Data *sekunder* yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan, laporan tahunan yang terdaftar di situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT Bursa Efek Indonesia (idx.co.id) dan laporan keberlanjutan yang terdapat di masing-masing web perusahaan, serta data lain yang dibutuhkan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia untuk periode tahun 2021-2024.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu metode dokumentasi dan metode studi Pustaka. Metode dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara melihat, mengamati, mempelajari, menganalisis, dokumen–dokumen perusahaan yang sesuai dengan data yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Metode dokumentasi bermanfaat karena memberikan latar belakang yang lebih luas terkait dengan pokok penelitian. Sedangkan Metode studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari informasi dalam bentuk jurnal ilmiah, buku referensi, literatur, karangan ilmiah atau sumber lain yang terpercaya dan relevan, serta berhubungan dengan objek masalah penelitian. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari jurnal penelitian, buku referensi, literatur, tulisan lainnya yang relevan dan dokumen laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) yang diperoleh dari sumber resmi melalui internet atau secara langsung meminta data ke Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT Bursa Efek Indonesia (*idx.co.id*) dan laporan keberlanjutan diambil dari situs resmi masing-masing perusahaan untuk periode tahun 2021-2024, serta data lain yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional merupakan komponen dalam penelitian yang berisi pengertian dan perhitungan atau pengukuran variabel. Definisi operasional variabel dapat digunakan sebagai bahan terkait bagaimana cara untuk menghitung variabel.

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu, Nilai Perusahaan.

3.5.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan pandangan investor tentang tingkat keberhasilan perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi berdampak pada naiknya nilai perusahaan, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat bukan hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi prospek perusahaan kedepan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan, maka akan memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan (Maryam Monika Rangkuti, Rina Bukit, 2020).

Pada penelitian ini, untuk mengukur Nilai Perusahaan menggunakan rumus *Tobin's Q*. *Tobin's Q* mengacu pada harga buku perusahaan dengan harga pasar saham saat ini yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Berikut merupakan rumus perhitungan *Tobin's Q*:

$$Tobin's Q = \frac{EMV + DEBT}{TA}$$

Keterangan:

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

DEBT = Total Hutang

TA = Total Asset

EMV (*Equity Market Value*) diperoleh dari hasil perkalian antara harga saham penutupan (*closing price*) perlembar dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.2.1 *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan *system* yang memberikan pengaturan serta melakukan pengendalian lembaga dengan tujuan untuk membuat nilai tambah pada seluruh pihak yang memiliki kepentingan serta wujud pertanggungjawaban pengelola perusahaan kepada *stakeholders* (M. E. Kristanti, 2012). *Good Corporate governance* didefinisikan sebagai pengendalian internal yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang signifikan untuk memenuhi tujuan bisnis melalui pengamanan asset perusahaan, meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang. Karena itu, *good corporate governance* diharapkan dapat mengatasi permasalahan dengan memberi keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan menerima *return* atas dana yang telah di investasikan. *Good Corporate Governance* diharapkan dapat memberikan efek dalam meningkatkan citra perusahaan agar mendorong investor untuk dapat berinvestasi. sehingga dapat

meningkatkan nilai perusahaan, terdapat lima pilar yaitu *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairnes*.

Pada penelitian ini *Good Corporate Governance* dapat diukur dengan *Good Corporate Governance Score*, dimana dalam *score* tersebut terdapat beberapa aspek seperti Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, Kewajaran dan Kesetaraan serta kepemilikan. Penilaian *score* ini sama seperti penilaian *Good Corporate Governance* untuk lembaga Badan Usaha Milik Negara, alasan menggunakan penilaian *score* karena dengan penilaian *score* maka *Good Corporate Goverance* dapat mencakup banyak aspek di dalam nya dan di harapkan dapat melihat penerapan *Good Corporate Governance* sesungguhnya untuk setiap sampel perusahaan. Adapun item dalam penilaian *Good Corporate Governance Score*, sebagai berikut:

1. Aspek Transparansi: Apakah perusahaan menyampaikan laporan keuangan secara terbuka dan tepat waktu?
2. Aspek Transparansi: Apakah informasi material perusahaan mudah diakses oleh *public*?
3. Aspek Akuntabilitas: Apakah terdapat komite audit yang mengawasi organisasi agar fungsi manajemen berjalan dengan efektif?
4. Aspek Akuntabilitas: Apakah dewan komisaris dan direksi menjalankan fungsi pengawasan dan pengelolaan secara optimal?
5. Aspek Responsibilitas: Apakah perusahaan mematuhi peraturan dan perundang-undangan yang berlaku?

6. Aspek Responsibilitas: Apakah perusahaan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)?
7. Aspek Independensi: Apakah terdapat dewan komisaris independen yang bebas dari intervensi pihak lain yang tidak berwenang?
8. Aspek Independensi: Apakah perusahaan memiliki sistem independent dalam pengambilan keputusan strategis?
9. Aspek Kewajaran dan Kesetaraan: Apakah perusahaan memberikan perlakuan adil kepada semua pemangku kepentingan?
10. Aspek Kewajaran dan Kesetaraan: Apakah hak-hak pemegang saham minoritas dilindungi dengan baik?
11. Aspek Kepemilikan: Apakah terdapat kepemilikan manajerial dalam struktur kepemilikan saham perusahaan?
12. Aspek Kepemilikan: Apakah terdapat kepemilikan institusional yang signifikan dalam saham perusahaan?

Jika perusahaan mengungkapkan item yang di sebutkan di atas maka di beri nilai 1-5, jika tidak mengungkapkan maka di beri nilai 0, hasil akumulasi tersebut dibagi dengan total pengungkapan, sehingga di dapatkan nilai *Good Corporate Governance*. Menurut penelitian (Randy et al., 2013) dan (Yusran et al., 2018) *Good Corporate Governance* menggunakan metode *Score*, menunjukkan hasil bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*, artinya dengan adanya penerapan *Good Corporate Governance*, maka lebih terstruktur dan jelas untuk menjalankan perusahaan, sehingga investor dan

pihak lain akan percaya kepada prospek perusahaan jangka panjang sehingga nilai perusahaan meningkat, begitu juga dengan adanya *Good Corporate Governance* maka pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* akan semakin baik karena pihak perusahaan mempunyai tata kelola perusahaan yang baik sehingga penerapan *Corporate Social Responsibility* lebih diutamakan, untuk menjaga reputasi perusahaan di mata masyarakat dan *steakholder*. Adapun rumus untuk menghitung *Good Corporate Governance Score*, adalah sebagai berikut:

$$GCG\ Score = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

GCG Score = *Good Corporate Governance Score*

$\sum X_{ij}$ = Variabel *Dummy*, 1-5 *disclosed*, 0 *not disclosed*

N_j = Total Aspek yang diungkapkan perusahaan

3.5.2.2 Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Adanya kemampuan memperoleh laba dengan menggunakan semua sumber daya perusahaan maka tujuan-tujuan perusahaan akan dapat tercapai, Manfaat dan tujuan penerapan rasio profitabilitas adalah untuk melihat perolehan keuntungan dalam jangka waktu tertentu, mengetahui perbedaan jumlah keuntungan tahun lalu dengan tahun sekarang, melihat perbedaan perolehan laba dari waktu ke waktu, mengetahui keuntungan bersih perusahaan, melihat hasil dari perputaran modal, mengukur

kemampuan perusahaan memperdayakan sumber daya yang ada serta manfaat lainnya (Kasmir, 2012).

Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*. Menurut *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat *asset* tertentu". Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modal dengan harapan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Semakin besar *Return On Asset (ROA)* maka menunjukan nilai perusahaan yang semakin baik, karena tingkat pengembalian investasi (*return*) semakin besar. Berikut merupakan rumus perhitungan ROA:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

3.5.2.3 Leverage

Menurut (Harahap, n.d.) *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang terhadap ekuitas, dan menggambarkan hubungan antara kedua nya, rasio ini dapat melihat seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. *leverage* merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor. Perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki lebih banyak kewajiban untuk menanggapi kebutuhan informasi *kreditur*, termasuk pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan,

semakin tinggi tingkat utang maka akan semakin besar kemungkinan gagal bayar. Besar kecilnya penggunaan hutang sebagai sumber dana perusahaan, berpengaruh pada pembentukan nilai perusahaan. Hutang sebagai alat perusahaan untuk meningkatkan modal demi meningkatkan keuntungan. Peningkatan *leverage* memberikan sinyal positif jika peningkatan tersebut merefleksikan kemampuan manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan, artinya jika hutang dikelola dan digunakan dengan baik oleh pihak manajemen untuk operasional perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat, sebaliknya, jika hutang tidak dikelola dan digunakan untuk hal yang tidak perlu, maka perusahaan akan kesulitan dalam melunasi hutang tersebut (Sutopo, Rokhmawati, 2018).

Pada penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*. *Debt to Equity Ratio* merupakan perbandingan antara total hutang dengan total *ekuitas* perusahaan. Adapun rumus untuk menghitung *DER* sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.5.3 Variabel Intervening

Menurut (Sugiyono, 2007), Variabel *intervening* merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak

langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Adapun variabel *intervening* dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

3.5.3.1 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan aktivitas yang menitikberatkan pada keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dalam lingkup perusahaan dan *stakeholders*, untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang berperan di pembangunan dan pengembangan ekonomi, sosial dan lingkungan (N. Kristanti, 2020). *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu kehidupan masyarakat secara keseluruhan, upaya untuk meningkatkan citra perusahaan di mata *public* dengan membuat program-program baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, sedangkan secara internal mampu memproduksi dengan baik, mencapai *profit* yang maksimal dan mensejahterahkan karyawan.

Pada penelitian ini *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan *Global Reporting Initiative (GRI)*. Menurut (Wati, 2019) *Global Reporting Initiative (GRI)* tahun 2016, 2018, dan 2021, sesuai perusahaan menerapkan *Global Reporting Initiative* di tahun berapa. Dimana *Global Reporting Initiative (GRI)* merupakan pengukuran yang berdasarkan pada

kerangka laporan berkelanjutan yang dihitung berdasarkan item dan diberikan skor mengacu pada *indicator* dalam *global reporting initiative guidelines*.

Berikut rumus *Global Reporting Initiative (GRI)* sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI = *Index Pengungkapan Corporate Social Responsibility*

X_{ij} = Variabel *Dummy*, 1 *disclosed*, 0 *not disclosed*

N_j = Total aspek yang digunakan perusahaan, ≤ 78

Berikut ini merupakan definisi operasional dan pengukuran variabel:

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Definisi Konsep	Pengukuran	Sumber
1.	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan nilai <i>aktual</i> per lembar saham yang akan diterima apabila <i>asset</i> perusahaan dijual sesuai dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan digunakan sebagai persepsi <i>investor</i> terhadap perusahaan dan seringkali dikaitkan dengan harga saham.	$Tobin's\ Q = \frac{EMV + DEBT}{TA}$	(Ghozali, 2008)

2.	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> merupakan tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai pertanggungjawaban kepada manajemen terkait dengan penanaman modal untuk menjaga hubungan yang harmonis, seimbang, sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, sebagai bentuk kepedulian sosial kepada masyarakat dan semua pihak yang terlibat.	$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ <p>Keterangan: $CSRI = Index$ pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> X_{ij} = Variabel <i>Dummy</i>, 1 <i>disclosed</i>, 0 <i>not disclosed</i> N_j = Total aspek yang digunakan perusahaan ≤ 78</p>	(Riyanti & Raharjo, 2021)
3.	Profitabilitas	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari semua aktivitas normal bisnisnya dalam periode tertentu dan salah satu metode atau teknik dalam menganalisis laporan keuangan. <i>ROA</i> digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan tingkat <i>asset</i> tertentu, semakin tinggi <i>ROA</i> maka akan semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan.	$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Asseet}}$	(Herry, 2016)
4.	<i>Leverage</i>	<i>Leverage</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	(Rodoni, 2014)

		dalam membayar seluruh kewajiban jangka pendek atau panjang, serta digunakan untuk meningkatkan modal dalam rangka mencapai keuntungan. <i>DER</i> untuk mengetahui seberapa besar hutang membiayai <i>ekuitas</i> perusahaan.		
5.	<i>Good Corporate Governance</i>	<i>Good Corporate Governance</i> merupakan kebijakan, prosedur, hubungan antara pihak pengambil keputusan dengan pihak yang melakukan pengendalian dan pengawasan terhadap keputusan yang diambil, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham (<i>stakeholders value</i>) dan mengalokasikan berbagai kepentingan. dapat diukur menggunakan <i>GCG Score</i> , dimana <i>score</i> tersebut berdasarkan prinsip penerapan <i>Good Corporate Governance</i> .	$GCG \text{ Score} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ <p>Keterangan: <i>GCG Score</i> = <i>Index</i> pengungkapan <i>Good Corporate Governance</i> <i>X_{ij}</i> = Variabel <i>Dummy</i>, 1-5 disclosed, 0 not disclosed <i>N_j</i> = Total aspek yang digunakan perusahaan ≤ 78</p>	(Sudarmanto, Susanti, Revida, Pelu, 2021)

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2012) teknik analisis data merupakan proses dalam mencari, menyusun data yang didapatkan dari hasil wawancara, dokumentasi, maupun catatan yang didapatkan dari lapangan dengan cara memasukkan data kedalam kategori yang ditentukan, kemudian membuat kesimpulan dari data yang sudah didapatkan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun

orang lain yang membacanya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *regresi* dengan menggunakan *software SPSS*.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Sholikhah, 1970) dalam penelitian nya menyampaikan bahwa Statistika *Deskriptif* merupakan statistika yang tingkat pengerjaannya untuk menghimpun, mengatur, mengolah data agar dapat disajikan dan memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi atau peristiwa tertentu dimana data diambil. Tujuan statistika *deskriptif* yaitu untuk menyajikan data dengan jelas agar dapat mengetahui pengertian atau makna tertentu berdasarkan penggambaran yang disajikan. Statistik *Deskriptif* dapat menyajikan gambaran atau deskripsi data berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), standar *deviasi*, maksimum, dan minimum, tujuan lain nya yaitu untuk memberikan gambaran tentang bagaimana data sampel tersebar.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

(Juliandi A, Irfan, 2014). Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan *regresi* yang digunakan adalah tepat dan valid. Sebelum melaksanakan analisis *regresi* berganda dan pengujian hipotesis, perlu dilakukan uji asumsi *klasik*, tujuannya adalah untuk menentukan apakah model *regresi* yang digunakan bebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk memastikan kualitas *regresi* yang optimal. Asumsi klasik merupakan kondisi-kondisi yang harus terpenuhi pada model *regresi linear Ordinary Least Squares (OLS)* agar model tersebut dapat dianggap valid sebagai alat prediksi. Terdapat empat asumsi klasik dalam

penelitian ini, yaitu uji *normalitas*, uji *multikolinieritas*, uji *heteroskedastisitas* dan uji *autokorelasi*.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut (M. Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa tujuan dari uji *normalitas* yaitu untuk menilai apakah dalam model *regresi*, variabel pengganggu atau *residual* mengikuti distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria bahwa data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan sebaliknya, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Konsekuensi jika asumsi *normalitas* tidak terpenuhi pada model *regresi* yaitu nilai prediksi yang diperoleh akan bias dan tidak konsisten.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji *Multikolonieritas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak *orthogonal*, di mana variabel *orthogonal* merupakan variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen yang sama dengan nol. Model regresi dikatakan memenuhi uji *multikolonieritas* apabila variabel yang terdapat dalam model penelitian memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai *variance inflation factor (VIF)* kurang dari 10. Hal tersebut artinya tidak ada korelasi antar variabel independent atau tidak terjadi

multikolinieritas antar variabel independen dan model *regresi* dinyatakan lolos uji *multikolonieritas*.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (M. Ghazali, 2018) menyatakan uji *heteroskedastisitas* dilakukan untuk menguji model *regresi* memiliki ketidaksamaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. *Heteroskedastisitas* muncul karena adanya varian pada variabel model *regresi* yang tidak sama. Sedangkan *homoskedastisitas* akan muncul apabila model *regresi* memiliki nilai yang sama. Model *regresi* yang baik yaitu tidak menunjukkan *heteroskedastisitas* atau hasilnya tidak *homoskedastisitas*. Pada penelitian ini, peneliti menentukan apakah ada *heteroskedastisitas* dengan menggunakan uji *statistic glejser*. Pengujian *glejser* mengidentifikasi *heteroskedastisitas* ketika variabel independent signifikan secara uji statistika untuk mempengaruhi dependennya atau tidak, jika variabel independennya tidak signifikan secara statistika, maka dapat diketahui bahwa tidak ada indikasi yang terjadi secara *heteroskedastisitas*. Hal ini menunjukkan bahwa *probabilitas* signifikan nya diatas 5% atau 0,05.

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Menurut (M. Ghazali, 2018) menyatakan uji *autokorelasi* dilakukan untuk menguji adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada suatu periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$) pada model *regresi linier*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antar serangkaian data *observasi* yang diurutkan menurut waktu dan ruang. Pada

penelitian ini, uji *autokorelasi* menggunakan metode *Durbin-Watson*, metode ini memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika d kurang dari DL atau lebih dari $(4-DL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang artinya terdapat *autokorelasi*.
- b. Jika d terletak diantara DU dengan $(D-DU)$, maka hipotesis nol diterima, yang artinya tidak terjadi *autokorelasi*.
- c. Jika d terletak antara DL dan $(4-DU)$ dan $(4-DL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis *regresi* linear berganda merupakan analisis persamaan *regresi* yang menggambarkan hubungan antara lebih dari satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) (Neter, 2005). Pada penelitian ini, uji hipotesis regresi linear berganda untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan teori dan untuk melakukan pengujian keselarasan *matriks* korelasi dengan dua atau lebih variabel. Menurut (Ghozali, 2021) regresi linear berganda dapat digunakan untuk melakukan analisis pola hubungan antara variabel dependen dengan independen, berikut merupakan persamaan regresi linear berganda:

Persamaan Regresi 1, sebagai berikut:

$$\text{Corporate Social Responsibility} = \alpha + \beta_5 \text{ Good Corporate Governance} + \beta_6 \text{ Profitabilitas} + \beta_7 \text{ Leverage} + e_1 \dots (1)$$

Persamaan Regresi 2, sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = a + \beta_1 \text{ Good Corporate Governance} + \beta_2 \text{ Profitabilitas} + \beta_3 \text{ Leverage} + \beta_4 \text{ Corporate Social Responsibility} + e_2 \dots (2)$$

Dengan keterangan e (*standard error*) yang dijelaskan sebagai berikut:

e_1 = Varian variabel *Corporate social responsibility* yang tidak dapat dijelaskan oleh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, serta *Leverage*.

$$e_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

e_2 = varian variabel Nilai perusahaan yang tidak dapat dijelaskan oleh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, *Leverage* serta *Corporate Social Responsibility*.

$$e_2 = \sqrt{1 - R^2}$$

3.6.4 Uji *Goodness of Fit*

Uji *Goodness of Fit* digunakan untuk memenuhi seberapa baik suatu model statistik cocok dengan data yang diperoleh. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah distribusi data sampel sebanding dengan distribusi teoritis yang diharapkan (Yockey, 2018). Uji *Goodness of Fit* terdiri dari Uji Signifikan Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi dan Uji t.

3.6.4.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F menentukan apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan dengan variabel terikat atau variabel dependen (Ghozali, 2018). Tujuan uji F adalah untuk mengukur apakah *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility* (persamaan regresi 1) dan untuk mengukur

apakah *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan (persamaan regresi 2). Tahapan untuk mengetahui hasil uji F harus terlebih dahulu dirumuskan hipotesisnya, yaitu:

a. Persamaan regresi 1

- H0: *Good Corporate Governance*, profitabilitas, *leverage*, tidak berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility*
- H1: *Good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility*

b. Persamaan regresi 2

- H0: *Good Corporate Governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan
- H1: *Good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Kriteria dalam pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $(Sig) > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(Sig) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependen yang berbeda. Nilai koefisien determinasi adalah nol dn 1 ($0 < x < 1$). Apabila nilai R^2 kecil artinya kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel-variabel dependen terbatas. Dan apabila nilai R^2 mendekati satu artinya semua variabel indepanen memberi informasi guna dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan *Adjusted R²* untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

3.6.4.3 Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2011) Uji beda *t-test* digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independent yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji-t yaitu sebagai berikut:

1. Ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara individu tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel dependen.
2. Ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen secara individu memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.5 Pengujian Tidak Langsung (*Sobel Test*)

Uji sobel dilakukan untuk menunjukan signifikan atau tidak dari variabel intervening yang ditunjukan oleh perkalian koefisien. Uji sobel ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara variabel independen terhadap dependen melalui variabel mediasi (Ghozali, 2021). Pada uji sobel, terdapat rumus yang digunakan untuk melakukan pengujian, yaitu:

$$sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Keterangan:

Sa = Standar error koefisien a

Sb = Standar error koefisien b

a = koefisien variabel bebas

b = koefisien variabel intervening

Selain itu, terdapat rumus yang digunakan untuk menguji signifikansi dari pengaruh tidak langsung yaitu dengan menghitung nilai t dari koefisien ab, sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Dalam melakukan penentuan hasil dari pengujian sobel terdapat ketentuan sebagai berikut:

1. Jika diketahui nilai t hitung $> t$ tabel dengan signifikansi $<0,05$ maka variabel *intervening* mampu memediasi antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika diketahui nilai t hitung $< t$ tabel dengan signifikansi $>0,05$ maka variabel *intervening* tidak mampu memediasi antara variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Sampel Penelitian

Bursa Efek Indonesia merupakan wadah yang memfasilitasi perusahaan dan pelaku pasar untuk melakukan transaksi jual beli berbagai instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lainnya. Bursa Efek Indonesia memiliki tujuan utama yaitu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dengan memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berasal dari berbagai sektor, antara lain: pertambangan, pertanian, industri dasar dan kimia, aneka industri, industri barang konsumsi, keuangan, property dan *real estate*, konstruksi bangunan, infrastruktur, utilitas, transportasi, serta sektor perdagangan, jasa, dan investasi.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil objek perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, pada tahun 2021 – 2024. Karena kegiatan operasional perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia berkaitan langsung dengan penerapan *corporate social responsibility* dalam menjaga kelestarian lingkungan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan menambahkan penerapan *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* untuk meningkatkan nilai perusahaan, khusus nya pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia merupakan perusahaan yang berfokus pada pengolahan bahan baku dasar menjadi produk setengah jadi atau

produk jadi yang digunakan dalam proses lanjutan oleh sektor industri lainnya. Sektor ini mempunyai peran penting dalam rantai pasokan industri karena menyediakan bahan dasar yang menjadi pondasi bagi perusahaan manufaktur, seperti otomotif, konstruksi, tekstil atau produk konsumen. Industri ini terdiri dari beberapa sektor seperti industri semen, logam dasar (besi, baja, aluminium), kimia dasar, pupuk, plastik dan produk kimia lainnya. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia memiliki proses produksi padat modal, teknologi, dan standar keselamatan kerja yang tinggi. Kegiatan operasional perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia meliputi pengadaan bahan baku, proses produksi, pengendalian kualitas, distribusi dan pemasaran, manajemen limbah dan keselamatan kerja.

Dalam beberapa dekade terakhir, perusahaan manufaktur sektor industri dasar kimia di Indonesia mengalami transformasi yang signifikan. Perusahaan ini terus beradaptasi dan menghadirkan inovasi-inovasi baru seiring dengan kemajuan ekonomi dan teknologi. Inovasi tersebut digunakan untuk menjawab tantangan global seperti krisis iklim, tuntutan efisien energi, dan lainnya. Salah satu bentuk inovasi yang populer yaitu penerapan teknologi produksi ramah lingkungan atau disebut sebagai *green manufacturing* yang sudah diterapkan di beberapa perusahaan manufaktur, seperti PT Semen Indonesia telah menggunakan *refused derived fuel* atau bahan bakar dari sampah untuk mengganti batu bara dalam proses produksinya. Inovasi ini membantu untuk mengurangi emisi karbon, dan mendukung pengelolaan limbah sampah secara berkelanjutan. Perusahaan mulai menerapkan digitalisasi dan otomatisasi

dalam proses produksi nya. *Internet of Things (IoT)* dan kecerdasan buatan (*Artificial intelligence*) dimanfaatkan untuk membantu proses produksi *real time*, seperti pabrik baja di Indonesia telah menerapkan sistem pemantauan otomatis untuk mendeteksi kebocoran gas atau suhu berlebih di mesin produksi. Dalam sisi pengembangan produk, perusahaan kimia terus berinovasi dengan menciptakan bahan baru yang ramah lingkungan seperti *bioplastic* yang dapat terurai secara alami sebagai alternatif dari plastik konvensional, untuk mencegah pencemaran lingkungan akibat limbah plastik. Perusahaan juga melakukan inovasi di bidang energi, beberapa pabrik mulai memanfaatkan energi terbarukan, seperti panel surya untuk mendorong operasional pabrik dan penggunaan *hydrogen* hijau sebagai bahan bakar masa depan yang lebih bersih. Inovasi-inovasi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan keuntungan, tetapi tetap memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan dan sosial, inovasi ini memperkuat perusahaan dalam penerapan *corporate social responsibility* yang menyeluruh, berdampak positif bagi masyarakat dan pemangku kepentingan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021 – 2024. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan, *annual report*, *sustainability report* pada situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu

www.idx.co.id dan situs resmi perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Adapun kriteria sampel antara lain sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Proses Seleksi Sampel Penelitian

No	Ketentuan Pemilihan Sampel	Total
1	Perusahaan manufaktur <i>basic materials</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021 – 2024 secara konsisten dan berturut turut	107
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang telah diaudit pada tahun penelitian	(7)
3	Perusahaan manufaktur <i>basic materials</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memakai mata uang asing pada tahun penelitian	(27)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun penelitian	(31)
5	Perusahaan yang mempublikasikan <i>sustainability report</i> dan tidak memakai indeks GRI standard	(19)
6	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan dalam variabel penelitian pada tahun penelitian	(1)
	Jumlah Sampel	22
	Jumlah Sampel yang diolah selama 4 tahun penelitian	88

Sumber : Data sekunder yang diolah pada tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 terdapat 22 perusahaan yang menjadi sampel penelitian, sehingga dalam waktu 4 tahun penelitian diperoleh 88 data pengamatan yang digunakan sebagai sampel penelitian. Sampel tersebut dipilih karena telah memenuhi seluruh kriteria yang telah ditetapkan.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan

standar deviasi pada setiap variabel untuk memberikan gambaran tentang bagaimana data sampel tersebar. Berikut merupakan hasil analisis statistik deskriptif yang di olah dengan menggunakan SPSS dilihat di tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>Good Corporate Governance</i>	88	.73	.93	.8464	.03261
Profitabilitas	88	.28	38.41	7.5909	6.52124
<i>Leverage</i>	88	.04	6.05	.7598	.85719
<i>Corporate Social Responsibility</i>	88	.24	.99	.6045	.17735
Nilai Perusahaan	88	.04	5.40	1.0294	.86172

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Dari tabel di atas menunjukkan variabel penelitian dengan jumlah data setiap variabel sebanyak 88 data dengan rincian sebagai berikut:

1. *Good Corporate Governance* (X1)

Hasil analisis deskriptif variabel *Good Corporate Governance* yang diukur dengan *score* pada tahun 2021 – 2024 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,73 yang diperoleh PT Wijaya Karya Beton Tbk pada tahun 2024, perusahaan dengan penerapan *Good Corporate Governance* terendah dari seluruh sampel, memiliki skor yang cukup tinggi yaitu sebesar 0,73 atau 73%. Hal ini mengindikasikan bahwa praktik *Good Corporate Governance* telah diterapkan dengan baik secara umum. Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,93 dicapai oleh PT Aneka Tambang Tbk tahun 2022, artinya perusahaan tersebut mempunyai tata kelola yang sangat baik, sebesar 93%, *score Good Coporate*

Governance diperoleh dari beberapa indikator penilaian seperti keterbukaan laporan keuangan, keberadaan komite audit, kepatuhan hukum, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, independensi pengambilan keputusan, perlindungan hak pemegang saham, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional. Nilai maksimum ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap prinsip transparansi, akuntabilitas, indenpendensi, kewajaran dan kesetaraan, serta kepemilikan. Rata-rata nilai *Good Corporate Governance* sebesar 0,8464 atau 84,64%, artinya rata-rata perusahaan dalam sampel penelitian sudah menerapkan *Good Corporate Governance* dengan sangat baik. Nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 0,03261, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai *mean*, menunjukkan bahwa tidak terjadi penyimpangan data, artinya data variabel *Good Corporate Governance* menyebar dengan merata.

2. Profitabilitas (X2)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* pada tahun 2021 – 2024 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,28 yang diperoleh PT Indo Acidatama Tbk pada tahun 2021, artinya perusahaan tersebut menghasilkan laba/keuntungan yang kecil jika dibandingkan dengan total aset yang dimiliki, dimana 1 aset yang dimiliki hanya mampu menghasilkan keuntungan sebesar 28%. Nilai tersebut tergolong rendah, mencerminkan efisiensi operasional yang belum optimal. Sedangkan nilai maksimum sebesar 38,41 dicapai oleh PT Ardhi Kartiko Pratama Tbk pada tahun 2022, artinya perusahaan tersebut memiliki kinerja profitabilitas

yang paling baik jika dibandingkan dengan perusahaan sampel lainnya, dimana setiap 1 aset yang dimiliki oleh perusahaan, dapat menghasilkan keuntungan sebesar 3.841%. Rata-rata nilai profitabilitas dengan pengukuran *Return On Asset* sebesar 7,5909 atau 759,09%. Nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 6,52124 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai *mean*, menunjukkan bahwa tidak terjadi penyimpangan data, artinya data variabel profitabilitas menyebar dengan merata.

3. *Leverage* (X3)

Hasil analisis statistik deskriptif variabel *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* selama tahun 2021 – 2024 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,04 yang dicapai oleh PT Cita Mineral Investindo Tbk tahun 2024, artinya perusahaan tersebut mempunyai rasio utang terhadap ekuitas yang paling rendah daripada perusahaan sampel lainnya, dimana hanya 4,23% dari total ekuitas perusahaan yang dibiayai oleh utang. Perusahaan tersebut mempunyai tingkat utang yang sangat kecil jika dibandingkan dengan modal sendiri, sehingga struktur pendanaan nya lebih banyak ditopang ekuitas, hal ini juga mencerminkan tingkat resiko *financial* yang rendah, namun dapat di indikasikan bahwa perusahaan belum memanfaatkan pendanaan eksternal secara optimal. Sedangkan nilai maksimum sebesar 6,05 dicapai oleh PT Ardhi Kartiko Pratama Tbk pada tahun 2021, artinya perusahaan tersebut mempunyai rasio utang terhadap ekuitas yang paling tinggi dari sampel lainnya, dimana sebesar 605% dari total ekuitas perusahaan yang dibiayai oleh utang, sehingga jumlah utang perusahaan lebih besar dari total ekuitas. Perusahaan membiayai

sebagian besar kegiatan operasional nya dengan utang, yang dapat berpotensi meningkatkan resiko keuangan, jika tidak di kelola dengan baik. Rata-rata nilai leverage yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* sebesar 0,7598 atau 75,98%. Nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 0,85719 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai mean, menunjukkan terjadi penyimpangan penyebaran data (data tidak homogen) hal ini terjadi karena terdapat perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang sangat tinggi, dan ada yang sangat rendah, artinya perusahaan yang menjadi sampel penelitian mempunyai *leverage* yang beragam dan penyebaran data variabel *leverage* tidak menyebar dengan merata.

4. *Corporate Social Responsibility* (Z)

Hasil statistik deskriptif pada variabel *corporate social responsibility* yang diukur dengan indeks *Global Reporting Initiative standard* selama tahun 2021 – 2024 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,24 yang dicapai oleh PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk tahun 2021, artinya perusahaan tersebut hanya mengungkapkan *corporate social responsibility* sebesar 24% dari 136 item indeks *Global Reporting Initiative standard* tahun 2016, indeks GRI standard yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indkes *Global Reporting Initiative Standard* tahun 2016, 2018 dan 2021, yang terdiri dari 136, 144, dan 117 item yang diungkapkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat sampel perusahaan yang masih sangat minim dalam melakukan atau mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial kepada publik. Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,99 yang dicapai oleh PT Aneka Tambang Tbk tahun 2023, artinya

perusahaan tersebut sudah menerapkan *corporate social responsibility* dengan baik, jika dibandingkan dengan perusahaan sampel lainnya, dimana perusahaan berhasil mengungkapkan sebesar 116 item dari 117 item *Global Reporting Initiative Standard* tahun 2021 atau setara dengan 99%. Rata-rata nilai *corporate social responsibility* sebesar 0,6045 atau 60,45%, artinya perusahaan yang menjadi sampel penelitian, sudah cukup baik dalam melakukan dan melaporkan *Corporate Social Responsibility*. Nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 0,17735 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai *mean*, maka penyebaran data untuk variabel *corporate social responsibility* yaitu menyebar dengan merata.

5. Nilai Perusahaan (Y)

Hasil statistik deskriptif variabel nilai perusahaan yang diukur dengan *tobin's* selama tahun 2021 – 2024 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,04 yang dicapai oleh perusahaan Cita Mineral Investindo Tbk tahun 2024, artinya perusahaan tersebut mempunyai penilaian pasar yang rendah jika dibandingkan dengan nilai asset, dengan kata lain pasar menilai perusahaan tersebut sebesar 4,06% dari total nilai asset nya. Nilai rendah ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurang nya kepercayaan investor, manajemen kurang efisien, adanya masalah internal perusahaan, dan lain sebagainya. Sedangkan nilai maksimum sebesar 5,40 yang diperoleh perusahaan Avia Avian Tbk tahun 2021, artinya perusahaan tersebut di nilai oleh pasar sebesar 540% dari total nilai asset nya, pasar sangat menghargai perusahaan yang mempunyai nilai buku tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang

baik, kinerja keuangan yang kuat, efisiensi tinggi dalam mengelola asset untuk menghasilkan keuntungan, investor tertarik karena perusahaan mampu menciptakan nilai tambah yang besar di masa depan. Tingkat penilaian pasar terhadap sampel perusahaan sangat bervariasi. Rata-rata nilai perusahaan sebesar 1,0294 atau 102,94%. Nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 0,86172 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai mean, artinya penyebaran data untuk variabel nilai perusahaan yaitu menyebar dengan merata.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik atau dikenal dengan istilah *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan data untuk memenuhi syarat sebelum melakukan uji regresi linear berganda. Terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji Normalitas, data dikatakan berdistribusi normal, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, jika kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Uji Multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, artinya tidak ada korelasi antar variabel independen dan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, begitu juga sebaliknya. Uji Heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya. Uji Auto korelasi, nilai d_u harus lebih kecil dari nilai d_w , rumus nya yaitu $d_u < d_w < 4-d_u$, pada penelitian ini diperoleh nilai d_u sebesar 1,7493, nilai d_w sebesar 1,776, jika dimasukan ke rumus menjadi $1,7493 < 1,776 < 2,2507$, artinya tidak terjadi autokorelasi, jika nilai d_w lebih besar dari nilai

du, maka terjadi autokorelasi. Sehingga pada penelitian ini lolos uji asumsi klasik karena sesuai dengan kriteria tersebut, berikut ringkasan hasil uji asumsi klasik:

Tabel 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel Dependen	Variabel Independen	Uji Normalitas	Uji Multikolinearitas		Uji Heterokedastisitas	Uji Autokorelasi
		K-S	Tolerance	VIF	Sig	D-W
Nilai Perusahaan	<i>GCG</i>	0,200	0,813	1,229	0,574	1,776
	Profitabilitas		0,847	1,181	0,233	
	<i>Leverage</i>		0,925	1,081	0,108	
	<i>CSR</i>		0,782	1,279	0,114	

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini digunakan untuk meneliti hubungan variabel *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, terhadap *corporate social responsibility* dan meneliti hubungan *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berikut hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 1

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
<i>(Constant)</i>	0,031	0,079	0,390	0,698
<i>Good Corporate Governance</i>	0,365	0,114	3,211	0,002
Profitabilitas	0,118	0,041	2,849	0,006
<i>Leverage</i>	0,023	0,044	0,526	0,600

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.4 menyatakan setiap koefisien pada setiap variabel akan membentuk persamaan regresi. Berikut persamaan regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{ GCG} + \beta_2 \text{ PROFIT} + \beta_3 \text{ LEV} + \varepsilon$$

$$Y = 0,31 + 0,365X_1 + 0,118X_2 + 0,023X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,031 dan nilai sig 0,698 ($>5\%$), sehingga nilai konstanta dianggap 0, maka artinya variabel independen yaitu *good corporate governance*, *profitabilitas*, *leverage* dianggap konstan dan nilai *corporate social responsibility* 0.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel *good corporate governance* sebesar 0,365 dan signifikansi 0,002 ($<5\%$), artinya *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Maka semakin baik penerapan *good corporate governance*, akan meningkatkan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel *profitabilitas* sebesar 0,118 bernilai positif dan signifikansi 0,006 ($<5\%$), artinya *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Maka semakin tinggi *profitabilitas* yang diperoleh perusahaan, akan menaikkan *corporate social responsibility*.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel *leverage* sebesar 0,023 dan nilai signifikansi 0,600 ($> 5\%$), artinya *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 2

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		T	Sig.
	B	<i>Std. Error</i>		
<i>(Constant)</i>	0,063	0,119	0,532	0,596
<i>Good Corporate Governance</i>	0,553	0,180	3,076	0,003
Profitabilitas	0,108	0,065	1,669	0,099
<i>Leverage</i>	0,145	0,065	-2,228	0,029
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0,337	0,163	2,067	0,042

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.5 menyatakan setiap koefisien pada setiap variabel akan membentuk persamaan regresi. Berikut persamaan regresinya:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{ GCG} + \beta_2 \text{ PROFIT} + \beta_3 \text{ LEV} + \beta_4 \text{ CSR}$$

$$Y = 0,063 + 0,553X_1 + 0,108X_2 + 0,145X_3 + 0,337X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,063 dan nilai sig 0,596 ($> 5\%$), sehingga nilai konstanta dianggap 0, maka variabel independen yaitu *good corporate governance*, *profitabilitas*, *leverage*, *corporate social responsibility* dianggap konstan dan nilai perusahaan 0.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel *good corporate governance* sebesar 0,553 dan nilai signifikansi 0,003 ($< 5\%$), artinya *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka semakin baik penerapan *good corporate governance*, akan meningkatkan nilai perusahaan.

3. Nilai koefisien regresi pada variabel profitabilitas sebesar 0,108 dan nilai signifikansi 0,099 ($< 5\%$), artinya profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka tinggi rendahnya profitabilitas tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Koefisien regresi pada variabel *leverage* sebesar -0,145 dan nilai signifikansi 0,029 ($< 5\%$), artinya *leverage* berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka semakin tinggi jumlah hutang yang dimiliki perusahaan, akan menurunkan nilai perusahaan.
5. Koefisien regresi pada variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,337 dan nilai signifikansi 0,042 ($< 5\%$), artinya *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka semakin tinggi penerapan *corporate social responsibility*, akan meningkatkan nilai perusahaan.

4.5 Uji *Goodness of Fit*

Uji *Goodness of Fit* bertujuan untuk menentukan apakah distribusi data sampel sebanding dengan distribusi teoritis yang diharapkan. Uji ini dibagi menjadi tiga, yaitu uji simultan (F), uji koefisien determinasi, dan uji parsial (t)

4.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara simultan dengan variabel dependen, yaitu variabel *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Uji F memiliki kriteria yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak, maka

variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $(Sig) > 0,05$ maka H_0 diterima, variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 6 Hasil Uji F

No	Model	F	Sig.	Keterangan
1	<i>Regression</i>	10,881	0,000	Hipotesis Diterima

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 10,881, dimana diketahui F_{tabel} sebesar 2,48. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $10,881 > 2,48$. Nilai signifikansi sebesar 0.000 artinya kurang dari 0,005. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, mengukur seberapa besar pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Koefisien determinasi dikur dengan *Adjusted R Square* karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari satu

Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

No	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,344	0,312

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,312 atau 31,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa 31,2% variabel *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan 68,8% merupakan variabel lain yang belum dilakukan penelitian oleh peneliti.

4.5.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria penilaian uji t, apabila signifikansi $< 0,05$ H_0 ditolak yang berarti variabel independen secara individu memiliki pengaruh pada variabel dependen. Sedangkan apabila signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima yang berarti bahwa variabel independen secara individu tidak memiliki pengaruh pada variabel dependen.

Tabel 4. 8 Hasil Uji t

Model	B	T	Sig	Keterangan
H1: <i>GCG – CSR</i>	0,365	3,211	0,002	Hipotesis Diterima
H2: Profitabilitas - <i>CSR</i>	0,118	2,849	0,006	Hipotesis Diterima
H3: <i>Leverage – CSR</i>	0,023	0,526	0,600	Hipotesis Ditolak
H4: <i>GCG – Nilai Perusahaan</i>	0,553	3,076	0,003	Hipotesis Diterima
H5: Profitabilitas – Nilai Perusahaan	0,108	1,669	0,099	Hipotesis Ditolak
H6: <i>Leverage – Nilai Perusahaan</i>	0,145	-2,228	0,029	Hipotesis Diterima
H7: <i>CSR – Nilai Perusahaan</i>	0,337	2,067	0,042	Hipotesis Diterima

Sumber : Data Output SPSS Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.8 interpretasi atas variabel *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *good corporate governance* sebesar 0,365 dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $3,211 < 1,989$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Artinya semakin baik penerapan *good corporate governance*, maka pelaksanaan program *corporate social responsibility* akan meningkat. Hasil ini mendukung teori legitimasi dan teori *steakholder*, dimana tata kelola yang baik mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab secara sosial. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H1 yang berbunyi *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* diterima (**H1 diterima**).

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel profitabilitas sebesar 0,118 dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $2,849 < 1,989$ dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Artinya semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka penerapan *corporate social responsibility* akan semakin meningkat, karena perusahaan mempunyai sumber daya yang lebih besar untuk dialokasikan pada kegiatan sosial dan lingkungan, yang dapat meningkatkan reputasi dimata publik. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan

bahwa perusahaan dengan kinerja baik akan cenderung meningkatkan aktivitas sosial untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H2 yang berbunyi profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* diterima (**H2 diterima**).

3. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *leverage* sebesar 0,023 dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,526 > 1,989$ dan nilai signifikansi $0,600 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Artinya semakin tinggi utang yang dimiliki perusahaan tidak akan berpengaruh terhadap pelaksanaan *corporate social responsibility*. Artinya pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak mempunyai hubungan dengan besar kecil nya utang yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena investor menilai perusahaan dapat menyelesaikan hutang tersebut dengan baik, sehingga tidak akan berpengaruh terhadap pelaksanaan *corporate social responsibility*, utang yang tinggi jika dikelola dengan baik, maka tidak akan menjadi masalah besar bagi perusahaan, utang yang rendah juga tidak akan menjamin pelaksanaan *corporate social responsibility* menjadi baik. Walaupun hasil statistic bernilai positif tetapi tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H3 yang berbunyi *leverage* berpengaruh negative terhadap *corporate social responsibility* ditolak (**H3 ditolak**).

4. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *good corporate governance* sebesar 0,553 dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $3,076 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik penerapan *good corporate governance*, maka dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan, pada akhirnya akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance* dapat meminimalkan konflik antara manajemen dan pemegang saham, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H4 yang berbunyi *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima **(H4 diterima)**.

5. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel profitabilitas sebesar 0,108 dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,669 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,099 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat. Namun, karena tidak signifikan secara statistik, maka tidak dapat dikatakan bahwa peningkatan profitabilitas selalu diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat disimpulkan

bahwa H5 yang berbunyi profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak (**H5 ditolak**).

6. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *leverage* sebesar -0,145 dengan nilai $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ yaitu $-2,228 > -1,988$ dan nilai signifikansi $0,029 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi utang yang dimiliki perusahaan, maka nilai perusahaan akan menurun. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan yang mempunyai utang tinggi dipandang memiliki resiko keuangan yang lebih besar, sehingga berdampak pada penurunan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Begitu juga sebaliknya, jika perusahaan dapat mengurangi *leverage*, maka investor akan percaya pada kemampuan perusahaan dalam menjaga kestabilan keuangan, sehingga nilai perusahaan meningkat. Hasil ini mendukung teori struktur modal, yang menyatakan bahwa penggunaan utang yang terlalu tinggi dapat meningkatkan resiko finansial dan menurunkan nilai perusahaan jika tidak diimbangi dengan profitabilitas yang memadai dan strategi keuangan yang tepat. Sehingga disimpulkan bahwa H6 yang berbunyi *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan diterima (**H6 diterima**).

7. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,337 dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,067 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,042 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa

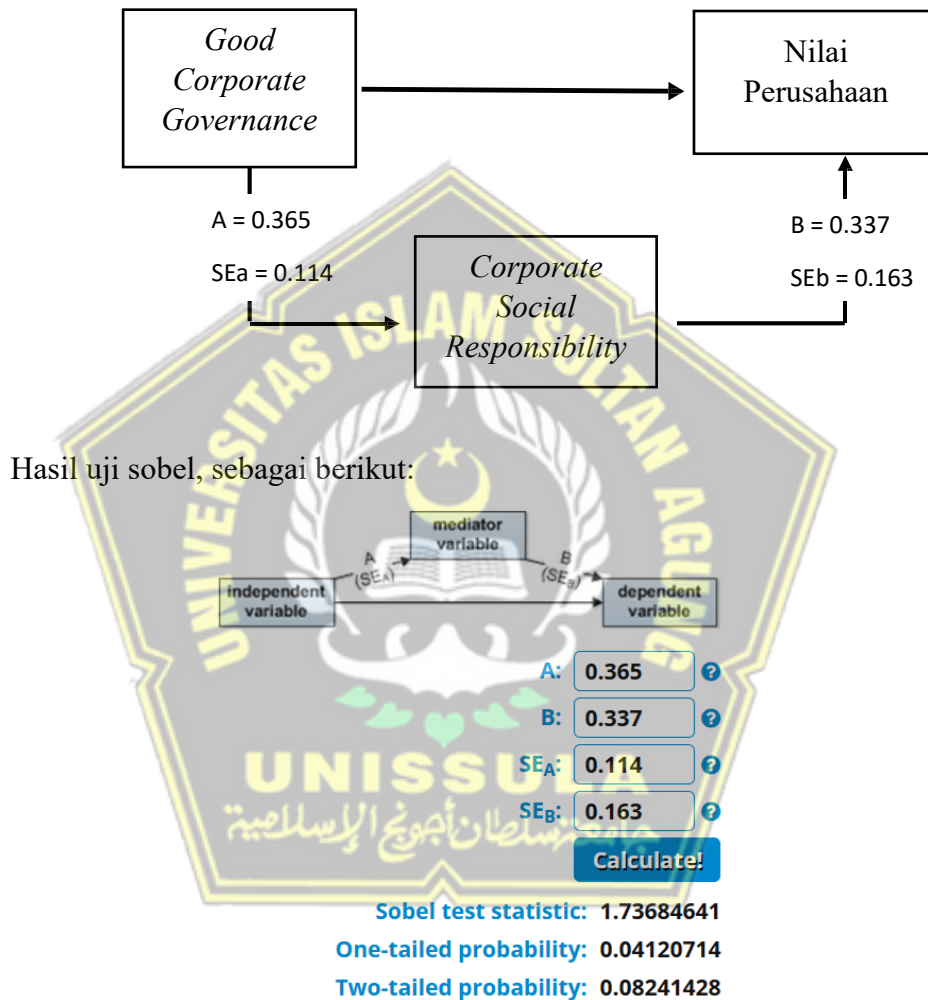
variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik penerapan *corporate social responsibility* perusahaan, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena masyarakat, *steakholder* dan investor percaya bahwa perusahaan mampu menjalankan usaha sesuai dengan aturan dan tetap memperhatikan lingkungan, serta memberi manfaat yang besar kepada masyarakat, lingkungan dan eksternal perusahaan, bukan semata mata mencari keuntungan semata, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan teori legitimasi dan teori *steakholder*, dimana perusahaan yang mampu memenuhi ekspektasi sosial dan menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan eksternal, maka akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan meningkatkan kepercayaan investor. Implementasi *corporate social responsibility* yang efektif akan memperkuat reputasi perusahaan dimata public, yang akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan jangka panjang. Sehingga disimpulkan bahwa H7 yang berbunyi *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima (**H7 diterima**).

4.6 Pengujian Tidak Langsung (*Sobel Test*)

Untuk mengetahui pengaruh X terhadap Y melalui Z, maka digunakan konsep Uji Sobel (*Sobel Test*). Pengujian hipotesis mediasi ini dilakukan dengan prosedur yang di kembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel Test*). Pengujian tidak langsung dari penelitian ini menggunakan uji *sobel test online* untuk mengetahui variabel intervening

Corporate Social Responsibility dalam memediasi *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan.

1. Hasil Uji Sobel Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

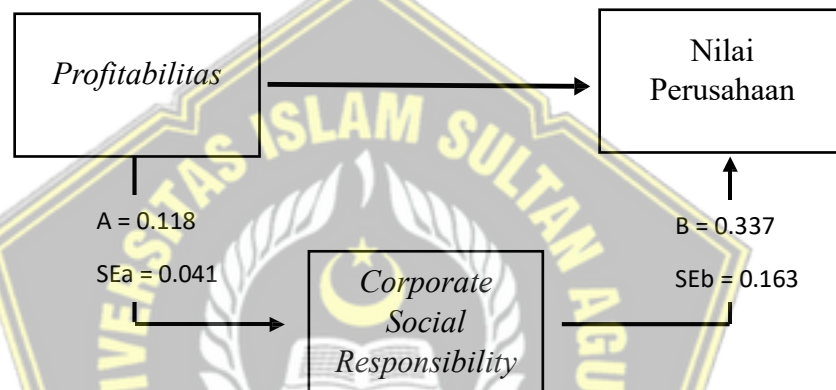


Gambar 4.1 Uji Sobel 1

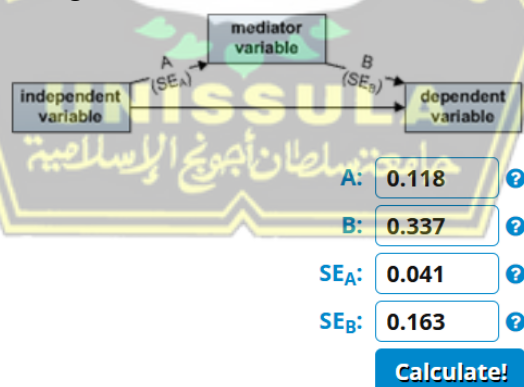
Berdasarkan hasil dari kalkulator *sobel test*, maka di peroleh nilai sobel *test statistic* sebesar 1,73684641, *one-tailed probability* sebesar 0,04120714, *two-tailed probability* sebesar 0,08241428. Berdasarkan nilai tersebut, dapat diketahui nilai *two-tailed probability* sebesar 0,08241428, dimana nilai

tersebut lebih besar dari 0,05, artinya *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis penelitian H8 yang berbunyi *corporate social responsibility* memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, ditolak (**H8 Ditolak**).

2. Hasil Uji Sobel Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*



Hasil uji sobel, sebagai berikut:



Sobel test statistic: 1.67913699

One-tailed probability: 0.04656267

Two-tailed probability: 0.09312535

Gambar 4.2 Uji Sobel 2

Berdasarkan hasil dari kalkulator *sobel test*, maka di peroleh nilai sobel *test statistic* sebesar 1,67913699, *one-tailed probability* sebesar 0,04656267,

```
graph LR; A[Leverage] --> B[Corporate Social Responsibility]; A --> C[Nilai Perusahaan]; B --> C;
```

The diagram illustrates the research model with the following paths and coefficients:

- Leverage** (Independent Variable) has a positive effect on **Corporate Social Responsibility** (Mediator) with a coefficient of $A = 0.365$ and a standard error of $SEa = 0.114$.
- Leverage** (Independent Variable) has a positive effect on **Nilai Perusahaan** (Dependent Variable) with a coefficient of $B = 0.337$ and a standard error of $SEb = 0.163$.
- Corporate Social Responsibility** (Mediator) has a positive effect on **Nilai Perusahaan** (Dependent Variable).

The diagram illustrates a mediation model. It consists of three main components: an independent variable, a mediator variable, and a dependent variable. The independent variable is connected to the mediator variable by a path labeled 'A' with '(SE_A)' below it. The mediator variable is connected to the dependent variable by a path labeled 'B' with '(SE_B)' below it. There is also a direct path from the independent variable to the dependent variable, which is labeled with 'C' and '(SE_C)' below it.

A: 0.023 ?
B: 0.337 ?
SE_A: 0.044 ?
SE_B: 0.163 ?
Calculate!

Sobel test statistic: 0.50678039

One-tailed probability: 0.30615446

Two-tailed probability: 0.61230892

Gambar 4.3 Uji Sobel 3

Berdasarkan hasil dari kalkulator *sobel test*, maka di peroleh nilai *sobel test statistic* sebesar 0,50678039, *one-tailed probability* sebesar 0,30615446,

two-tailed probability sebesar 0,61230892. Berdasarkan nilai tersebut, dapat diketahui nilai *two-tailed probability* sebesar 0,61230892, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, artinya *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis penelitian H10 yang berbunyi *corporate social responsibility* memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, ditolak **(H10 Ditolak)**.

Berdasarkan hasil hipotesis pengaruh tidak langsung atau mediasi, menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh antara *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan, sehingga ketiga hipotesis tersebut ditolak. Namun, *corporate social responsibility* berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan.

4.7 Hasil Pembahasan Penelitian

Perusahaan merupakan entitas ekonomi yang memiliki tujuan utama yaitu meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, baik pemegang saham maupun para pemangku kepentingan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh laba secara maksimal, tetapi juga harus mampu mengelola operasional secara transparan, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Salah satu yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan penerapan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*, meliputi aspek seperti transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, indenpendensi, kewajaran dan kesetaraan, serta kepemilikan, sebagai upaya untuk menciptakan tata kelola perusahaan yang baik dan akuntabel.

Selain *Good Corporate Governance*, kinerja keuangan perusahaan seperti profitabilitas dan *leverage* menjadi indikator penting yang memengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka prospek jangka panjang perusahaan baik dan menjadi daya tarik bagi investor. Namun, untuk mencapai nilai perusahaan yang optimal, perusahaan tidak hanya berfokus pada aspek keuangan semata, tetapi juga dituntut untuk melaporkan tanggung jawab sosial melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan yang memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta berperan sebagai mekanisme yang menjembatani antara kinerja internal perusahaan dengan harapan eksternal masyarakat.

Dengan demikian, keterkaitan antara *good corporate governance*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* menjadi penting untuk dikaji lebih dalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh setiap variabel, baik secara langsung atau tidak langsung, terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Untuk lebih memahami tentang nilai perusahaan khususnya perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* pada tahun 2021 – 2024, peneliti akan memaparkan hasil penelitian mengenai pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility*. Berikut ini merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, memiliki nilai koefisien sebesar 0,365, bernilai positif dengan signifikansi $0,002 < 5\%$, sehingga hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini diterima. *Good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, mengindikasikan adanya pengaruh yang kuat antara penerapan tata kelola perusahaan yang baik dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Penilaian *good corporate governance* mencakup pelaporan keuangan secara terbuka dan tepat waktu, informasi material perusahaan yang mudah di akses oleh publik, adanya komite audit yang mengawasi perusahaan secara efektif, adanya dewan komisaris dan direksi yang menjalankan fungsi pengawasan dan pengelolaan secara optimal, kepatuhan perusahaan terhadap peraturan dan perundang-undangan, pelaksanaan program tanggung jawab sosial, adanya dewan komisaris yang terbebas dari intervensi pihak lain, adanya sistem independensi perusahaan dalam pengambilan keputusan, perlakuan adil bagi semua pemangku kepentingan, perlindungan hak pemegang saham minoritas, adanya kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional dalam saham perusahaan. Kriteria tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip *good corporate governance*, yaitu akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kewajaran dan kesetaraan, serta kepemilikan. Implementasi

good corporate governance dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepercayaan investor sehingga perusahaan lebih mengutamakan *corporate social responsibility* dan menjadi prioritas utama, karena untuk mendapatkan reputasi dan kepercayaan dari masyarakat, adanya pihak yang melakukan pengawasan sehingga *corporate social responsibility* dijalankan secara optimal. Penerapan *good corporate governance* menciptakan sistem tata kelola yang mendorong pengambilan keputusan, tidak hanya mempertimbangkan kepentingan internal (pemegang saham), tetapi juga kepentingan eksternal. Hal ini sejalan dengan pendapat (Suherman et al., 2024) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* merupakan mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar dapat menciptakan nilai tambah tidak hanya bagi pemilik saham, tetapi juga seluruh pemangku kepentingan. Selain itu, dengan adanya *good corporate governance* yang baik, perusahaan akan lebih transparan, akuntabel, dan etis dalam pengambilan keputusan, termasuk alokasi sumber daya untuk pelaksanaan *corporate social responsibility*, dan secara tidak langsung dapat meningkatkan laba perusahaan, dengan laba yang besar, maka perusahaan mempunyai peluang lebih besar untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab, bukan hanya tanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi terhadap seluruh pemangku kepentingan, seperti karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat dan lingkungan. Menurut (A. & F. Arifin, 2018) teori *stakeholder* menekankan bahwa keberlangsungan perusahaan

sangat dipengaruhi bagaimana perusahaan memperlakukan para pemangku kepentingan. Penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance* akan mendorong perusahaan untuk bersikap lebih transparan, akuntabel dan bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, termasuk dalam hal implementasi *corporate social responsibility*. Dengan struktur tata kelola yang baik, mencakup pengawasan efektif oleh dewan komisaris, keberadaan komite audit, kepemilikan institusional dan manajerial, perusahaan lebih terdorong untuk memenuhi tanggung jawab sosial sebagai bentuk kontribusi kepada lingkungan eksternal.

Menurut penelitian (M. A. & W. Nugroho, 2014), (Setyarini & Paramitha, 2011), (Djamilah & Surenggono, 2017) dan (Sembiring, 2020) menunjukkan bahwa penerapan *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, menunjukkan adanya hubungan erat antara *good corporate governance* dengan peningkatan *corporate social responsibility*, karena perusahaan lebih mengutamakan ekspektasi *stakeholder* dan menjaga reputasi dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini, menguatkan bahwa *good corporate social governance* tidak hanya berdampak pada aspek internal perusahaan, namun juga mempunyai peran penting dalam mendorong komitmen perusahaan terhadap program sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Neva Novianti, Siti Rahmi, 2022), (Daljono, 2023) menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

4.7.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, memiliki nilai koefisien sebesar 0,118 bernilai positif dengan signifikansi $0,006 < 5\%$, sehingga hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini diterima. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, artinya semakin tinggi laba yang di peroleh perusahaan, maka dapat meningkatkan pelaksanaan *corporate social responsibility*, karena perusahaan dianggap mampu dan mempunyai dana lebih untuk menerapkan *corporate social responsibility*. Tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang sehat dan stabil, sehingga perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mengalokasikan dana dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan masyarakat dan investor, sehingga citra perusahaan di masyarakat dan *stakeholder* semakin baik. Dengan kata lain, perusahaan yang memperoleh laba tinggi lebih siap dan bersedia untuk menjalankan aktivitas *corporate social responsibility* sebagai bentuk kontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Menurut (Budiasih, 2021) menemukan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi secara signifikan lebih intensif dalam mengungkapkan dan menjalankan *corporate social responsibility*, karena laba yang kuat memberikan dasar *financial* untuk menanggung biaya sosial tanpa mengganggu kegiatan operasional.

Hasil ini sejalan dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi cenderung memiliki kemampuan lebih besar dalam mengalokasikan dana untuk kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Perusahaan yang mempunyai laba tinggi berupaya menjaga dan meningkatkan citra positif di mata publik melalui pelaksanaan *corporate social responsibility*, untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholder*. Menurut (Deegan, 2002) legitimasi merupakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan suatu entitas sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dibangun secara sosial, oleh karena itu perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi cenderung memiliki kapasitas yang lebih besar untuk melaksanakan *corporate social responsibility* sebagai bentuk mempertahankan citra dan legitimasi di mata publik.

Menurut penelitian (Putra & Setiawan, 2022), (Alida & Sulastiningsih, 2024), dan (Kharisma & Priyadi, 2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, namun hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irvan Ali Mustofa et al., 2024) dan (Santi Altina Ginting, Rochman Marota, 2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

4.7.3 Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan

terhadap *corporate social responsibility*, memiliki nilai koefisien sebesar 0,023 bernilai positif dengan signifikansi $0,600 > 5\%$, sehingga hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *leverage* atau struktur modal perusahaan yang ditunjukkan dengan perbandingan antara total utang dan total ekuitas, tidak mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan dan melaporkan *corporate social responsibility*. Dengan kata lain, besar atau kecil nya utang yang dimiliki perusahaan tidak menjadi pertimbangan utama dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, lebih memprioritaskan efisiensi produksi dan kepatuhan terhadap regulasi teknis lingkungan yang bersifat wajib, sehingga alokasi dana di fokuskan pada aspek operasional dibandingkan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*. Selain itu, tekanan dari kreditor yang lebih diarahkan pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utang nya, bukan pada kegiatan sosial. *Corporate social responsibility* belum dianggap sebagai strategi utama oleh sebagian perusahaan dalam sektor ini, karena dampak yang dihasilkan dari pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak secara langsung atau secara instan, tetapi dampak nya jangka panjang, seperti reputasi atau hubungan dengan pemangku kepentingan, sehingga *leverage* tidak menjadi pertimbangan penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Keputusan pengungkapan *corporate social responsibility* lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti *profitabilitas* dan tata kelola perusahaan. Meskipun demikian, *corporate social responsibility* tetap penting untuk

keberlanjutan perusahaan dan dapat memberikan nilai tambah jangka panjang, jika dikombinasikan dengan strategi lain. Selain itu, terjadi perubahan regulasi untuk item yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam beberapa tahun termasuk pada tahun penelitian. Indeks *Global Reporting Initiative* 2021 berkembang menjadi 117 item dari yang sebelumnya hanya 94 item. Hal tersebut menjadi faktor penentu dalam ketidakkonsistenan pengungkapan item *Global Reporting Initiative*, karena menurunnya pengungkapan item di tahun 2022, disebabkan karena di tahun tersebut merupakan tahun digantikan nya *Global Reporting Initiative* G4 2021, dan masih ada beberapa perusahaan yang belum melaporkan *Global Reporting Initiative* tahun 2021, tetapi memakai indeks *Global Reporting Initiative* tahun 2016 atau 2018, sehingga jumlah item yang diungkapkan tidak seragam, sampel perusahaan di sektor ini memerlukan adaptasi terlebih dahulu untuk penerapan *Global Reporting Initiative Standard* tahun 2021 dan masih banyak perusahaan di sektor ini yang belum melaporkan *corporate social responsibility* dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative*, ada beberapa perusahaan belum menambahkan item yang terbaru dari indeks *Global Reporting Initiative*.

Temuan ini tidak sejalan dengan teori agensi, dalam teori agensi terdapat konflik kepentingan antara manajer (*agent*), pemegang saham dan kreditor, terutama perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan asimetri informasi, dimana manajer mempunyai informasi lebih dibandingkan dengan pihak eksternal, termasuk kreditor. Namun dalam teori agensi menyatakan bahwa perusahaan dengan

tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi, termasuk *corporate social responsibility*, untuk menurunkan kekhawatiran kreditor terhadap potensi risiko keuangan dan untuk mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan kepercayaan, perusahaan dituntut untuk lebih transparan salah satunya yaitu dengan melaporkan *corporate social responsibility* (Michael C. Jensen, 2019). Dalam konteks penelitian ini, hasilnya menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, artinya perusahaan tidak secara otomatis terdorong untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* meskipun utang nya tinggi, perusahaan lebih fokus pada kewajiban keuangan dan efisiensi operasional daripada mengalokasikan dana untuk kegiatan sosial, hal ini menunjukkan adanya perbedaan kondisi empiris dengan asumsi normative teori agensi. Kreditor dalam sektor industri ini lebih menitikberatkan pada aspek keuangan seperti likuiditas, solvabilitas, dan arus kas, hal ini membuat pihak manajemen berfikir untuk tidak perlu mengungkapkan *corporate social responsibility* sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap kreditor, karena dianggap bukan sebagai indikator utama. Perusahaan yang tidak memiliki tekanan langsung dari publik atau tidak memiliki citra ramah lingkungan sebagai keunggulan kompetitif, tidak akan terdorong untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* secara lebih luas, meskipun tingkat *leverage* tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Enjang Meylani et al., 2023), dan (Fauziah, n.d.) yang menemukan bahwa *leverage*

tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, atau tata kelola perusahaan, bukan dari tingkat *leverage* itu sendiri. Namun hasil tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Averina & Widagda, 2021), (Yanti et al., 2021) dan (Yanti et al., 2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan *corporate social responsibility*.

4.7.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, memiliki nilai koefisien sebesar 0,337 bernilai positif dengan signifikansi $0,042 > 5\%$, sehingga hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena, *corporate social responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya memberikan manfaat sosial dan lingkungan, tetapi juga berdampak langsung terhadap persepsi, penilaian investor dan *public* terhadap perusahaan, sehingga nilai perusahaan meningkat. *Corporate social responsibility* mempunyai peran penting dalam membangun reputasi perusahaan di mata *public*, khususnya bagi pemangku kepentingan seperti investor, konsumen, pemerintah, dan masyarakat. Ketika perusahaan

aktif terlibat dalam kegiatan sosial, masyarakat dan lingkungan, transparansi, hal ini akan menumbuhkan kepercayaan dari pemangku kepentingan bahwa perusahaan bertanggung jawab dan layak untuk di dukung. Kepercayaan tersebut meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar modal, investor cenderung memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan, karena dianggap mempunyai prospek keberlanjutan yang baik, bukan hanya dari sisi *financial*, tetapi dari sisi *nonfinancial*. Dengan adanya kegiatan *corporate social responsibility* maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen, mempererat hubungan dengan komunitas lokal, menurunkan resiko bisnis yang berkaitan dengan isu sosial atau lingkungan. Pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan melalui nilai saham dan kinerja pasar perusahaan. Pelaksanaan dan pelaporan *corporate social responsibility* memberikan sinyal kepada pasar bahwa perusahaan mempunyai tata kelola yang baik dan memperhatikan risiko sosial dan lingkungan, hal ini akan menurunkan persepsi resiko dari investor dan akan mendorong peningkatan harga saham, sehingga berdampak langsung pada kenaikan nilai perusahaan (Brigham, E. F. & Houston, 2013).

Secara teori, hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan melakukan kegiatan sosial yang bertanggung jawab. Dengan mengungkapkan *corporate social responsibility* secara aktif, perusahaan menunjukkan bahwa operasionalnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga tetap memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Hal

ini akan menciptakan citra positif dimata *public*, pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini di dukung oleh teori sinyal dimana pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang baik dan prospek jangka panjang yang menjanjikan. Investor akan merespon sinyal tersebut dengan meningkatkan minat untuk berinvestasi yang menyebabkan peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Z. B. Putri & Budiyo, 2018), (Nida, 2022), (Muhlis & Gultom, 2021) dan (Muhlis & Gultom, 2021) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun terdapat penelitian yang menunjukkan hasil yang berbeda, penelitian dilakukan oleh (Rasyid et al., 2022), (Sofiamira & Haryono, 2017), dan (Karundeng et al., 2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.5 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *good corporate social governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, memiliki nilai koefisien sebesar 0,553 bernilai positif dengan signifikansi sebesar $0,003 > 5\%$ sehingga hipotesis kelima (H5) pada penelitian ini diterima. Artinya semakin baik penerapan *good corporate governance*, maka semakin tinggi nilai perusahaan yang terbentuk dari persepsi investor atau pemegang kepentingan. penerapan *good corporate*

governance dalam penelitian ini mencakup indikator penting seperti keterbukaan pelaporan keuangan tepat waktu, kemudahan akses terhadap informasi material, keberadaan komite audit yang efektif, peran aktif dewan komisaris dan direksi dalam pengawasan dan pengelolaan, kepatuhan terhadap peraturan perundang undangan, pelaksanaan *corporate social responsibility*, independensi dalam pengambilan keputusan, perlakuan adil terhadap seluruh pemangku kepentingan, perlindungan hak pemegang saham minoritas, serta keberadaan kepemilikan manajerial dan institusional, hal tersebut memperkuat struktur tata kelola perusahaan yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik dapat menciptakan kepercayaan *public*, mengurangi risiko manajemen *oportunistik*, dan meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan, yang akan memperkuat reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Pendapat ini sejalan dengan (Brigham, Eugene. F., 2006) yang menyatakan bahwa tata kelola perusahaan yang baik akan mengarahkan manajemen untuk bertindak demi kepentingan pemegang saham, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, menurut (Solomon, 2007), *good corporate governanace* merupakan sistem yang mampu menciptakan keseimbangan antara kepentingan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, dewan direksi, manajemen dan masyarakat luas, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap reputasi dan nilai perusahaan.

Temuan ini memperkuat teori agensi, yang menjelaskan bahwa *good corporate governance* berperan sebagai mekanisme untuk meminimalkan

konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik, serta menjaga agar manajemen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Penerapan *good corporate governance* yang baik, seperti keberadaan dewan komisaris independen, komite audit yang aktif, transparansi informasi, serta kepemilikan manajerial dan institusional, berfungsi sebagai mekanisme pengawasan dan pengendalian yang membatasi potensi tindakan *oportunistik* manajer. Dengan adanya struktur *good corporate governance* yang kuat, manajer terdorong untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik, seperti meningkatkan efisiensi operasional, menjaga integritas laporan keuangan, mengelola sumber daya secara optimal, hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Menurut (Hermawan, 2009) menyatakan bahwa *good corporate governance* menjadi alat kontrol untuk menjamin bahwa setiap keputusan manajerial dilakukan secara profesional dan akuntabel, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha et al., 2022), (Inastri & Mimba, 2017), (Kartika & Payana, 2021) dan (Kebon et al., 2017) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Listiyowati & Indarti, 2019), (Apriliyanti, 2018) dan (Azzahrah & Willy, 2014) menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.7.6 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, memiliki nilai koefisien sebesar 0,108 bernilai positif dengan signifikansi sebesar $0,099 < 5\%$ sehingga hipotesis keenam (6) ditolak. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun arah hubungan nya positif, tetapi pengaruhnya secara statistik tidak cukup kuat untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak secara langsung mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas tidak menjadi faktor utama untuk menilai perusahaan, karena terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dalam sampel mempunyai struktur biaya yang tinggi dan sangat bergantung pada harga bahan baku dan fluktuasi harga komoditas global, seperti bata bara, gas, logam dan bahan kimia, hal ini membuat laba perusahaan di sektor ini cenderung fluktuasi dan tidak selalu mencerminkan kinerja jangka panjang yang stabil. Selain itu, industri dasar dan kimia merupakan sektor yang padat modal, dimana perusahaan lebih banyak berinvestasi pada asset tetap dan proyek jangka panjang. Investor lebih fokus pada kapasitas produksi dimasa depan, efisiensi operasional dan keberlanjutan proyek, daripada laba jangka pendek yang bersifat sementara. Oleh karena itu, profitabilitas tidak dijadikan indikator utama untuk menilai nilai perusahaan, karena tidak mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai jangka panjang. Sektor ini juga rentan terhadap pengaruh eksternal seperti

kebijakan pemerintah, regulasi lingkungan, dan *volatilitas* pasar global yang menimbulkan ketidakpastian kinerja keuangan, sehingga meskipun profitabilitas tinggi, investor bisa merespon hati-hati dan tidak langsung meningkatkan penilaian terhadap nilai perusahaan. Investor lebih mempertimbangkan stabilitas, efisiensi, dan prospek jangka panjang daripada laba bersih yang dihasilkan dalam periode tertentu.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori sinyal, dimana menurut teori sinyal, profitabilitas dianggap sebagai sinyal positif atas kinerja perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Namun jika informasi keuangan tidak dikomunikasikan dengan baik atau tidak dipercaya pasar, misalnya karena reputasi manajemen buruk, kurang nya transparansi, maka sinyal tersebut tidak efektif. Hal ini menjelaskan bahwa profitabilitas tinggi tidak selalu berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. (Spence, 1978). Menurut (Brigham, E. F. & Houston, 2006), nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh persepsi investor terhadap prospek masa depan, bukan berdasarkan profitabilitas jangka pendek. Dalam sektor industri dasar dan kimia, fluktuasi laba akibat *volatilitas* harga bahan baku membuat profitabilitas menjadi indikator yang kurang stabil, sehingga pasar lebih menekankan pada faktor jangka panjang seperti efisiensi operasional dan ketahanan perusahaan. Menurut (M. R. P. A. Sari & Handayani, 2016) menunjukkan profitabilitas tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, terutama ketika investor menilai perusahaan belum mengelola keuntungan dengan optimal,

seperti kurangnya kebijakan deviden atau investasi yang tidak menghasilkan *return* maksimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Farizki et al., 2021), (Bagaskara et al., 2021), (Putranto et al., 2022) dan (Amelia & Anhar, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mia Novianti et al., 2023), (Dwiastuti & Dillak, 2019) (Bita et al., 2021) dan (Widhiastuti, 2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.7 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda *path analysis* hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, memiliki nilai koefisien sebesar -0,145 bernilai negatif dengan signifikansi sebesar $0,029 < 5\%$ sehingga hipotesis keenam (6) diterima. *Leverage* menunjukkan seberapa besar perusahaan menggunakan utang dalam struktur pemodalan, *leverage* yang tinggi menyebabkan meningkatnya risiko keuangan perusahaan. Penggunaan utang dapat memberikan manfaat seperti penghematan pajak, namun disisi lain juga menimbulkan konsekuensi berupa biaya bunga, risiko gagal bayar, dan tekanan likuiditas, yang pada akhirnya dapat mengurangi kepercayaan investor atau sinyal negative mengenai resiko keuangan, sehingga berdampak pada persepsi pasar terhadap nilai perusahaan dan prospek perusahaan dianggap menurun, seiring dengan meningkatnya *leverage*. Tinggi nya *leverage* menunjukkan

secara tidak langsung perusahaan tidak *solvable*, hal ini menunjukkan respon negative terhadap investor, sehingga nilai perusahaan menurun.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui teori *trade-off* yang menyatakan bahwa dalam menentukan struktur modal yang optimal perusahaan harus menyeimbangkan antara manfaat penggunaan utang (penghematan pajak atas bunga utang) dan biaya kebangkrutan yang timbul akibat penggunaan utang yang terlalu tinggi (Myers, 1984). Ketika perusahaan melewati titik keseimbangan dan terlalu bergantung pada pembiayaan utang, maka resiko gagal bayar akan meningkat, hal ini akan menyebabkan ketidakpercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan jangka panjang. Kondisi ini juga dapat memicu penurunan harga saham yang pada akhirnya akan menurunkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Selain itu penurunan nilai perusahaan akibat *leverage* tinggi juga dapat dijelaskan dengan teori sinyal. Menurut teori ini, struktur modal perusahaan memberikan sinyal tertentu kepada investor mengenai kondisi dan prospek perusahaan. *Leverage* yang tinggi bisa diinterpretasikan sebagai sinyal negative bahwa perusahaan sedang mengalami kesulitan likuiditas atau kesulitan dalam pembiayaan operasional internal, sehingga terpaksa mengambil hutang dalam jumlah yang besar. Sinyal negative ini akan menurunkan kepercayaan investor dan akan menciptakan persepsi risiko yang lebih tinggi, pada akhirnya akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan di pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Anisa et al., 2021), (P. I. P. Sari & Abundanti, 2014), (Kolamban et al., 2020) dan (Dina & Wahyuningtyas, 2022) yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pradanimas & Sucipto, 2022), (Farizki et al., 2021), (Novari & Lestari, 2016) dan (Bagaskara et al., 2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.8 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan uji sobel test pada peran *corporate social responsibility* nilai *two-tailed probability* sebesar 0,082, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat mempengaruhi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan karena perusahaan dalam sektor industri dasar dan kimia lebih banyak berorientasi pada kinerja produksi dan efisiensi operasional, sehingga aktivitas *corporate social responsibility* tidak secara langsung dijadikan prioritas strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan. Meskipun *good corporate governance* sudah diterapkan dengan baik, tetapi implementasi *corporate social responsibility* seringkali masih bersifat formalitas atau hanya untuk memenuhi kepatuhan terhadap regulasi, bukan sebagai bahan integral

dari strategi bisnis yang dapat memberikan nilai tambah signifikan. Hal ini membuat hubungan antara *good corporate governance* dan nilai perusahaan tidak secara kuat dimediasi oleh *corporate social responsibility*. Selain itu, karakteristik industri dasar dan kimia yang padat modal dan padat teknologi menjadikan investor lebih memperhatikan efisiensi keuangan dan struktur pengelolaan daripada aspek sosial perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam sektor ini, *corporate social responsibility* tidak berperan sebagai jalur penting dalam menyalurkan pengaruh *good corporate governance* terhadap peningkatan nilai perusahaan. Faktor lain disebabkan karena perubahan item dalam *corporate social responsibility*, membuat perusahaan masih perlu beradaptasi terhadap perubahan tersebut, sehingga *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi pengaruh antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

Pendapat ini sejalan dengan pernyataan (Brammer & Millington, 2008) yang menyatakan bahwa pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan bersifat konsektual dan bergantung pada persepsi pemangku kepentingan serta strategis bisnis yang digunakan. Jika *corporate social responsibility* tidak diintegrasikan dengan nilai strategis perusahaan, maka kontribusinya terhadap peningkatan nilai perusahaan akan menjadi minimal. Berdasarkan hasil uji *sobel test* di peroleh nilai *one-tailed probability* sebesar 0,041, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 5%, artinya *good corporate governance* mempunyai pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, tanpa melalui *corporate social responsibility*.

Hasil hipotesis mediasi ini bertentangan dengan teori legitimasi dan *stakeholder*; keduanya menekankan pentingnya perusahaan dalam memenuhi ekspektasi sosial agar memperoleh legitimasi dan dukungan dari pemangku kepentingan. Teori legitimasi, perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip *good corporate governance* diharapkan menunjukkan tanggung jawab melalui praktik *corporate social responsibility* untuk menjaga reputasi dan keberlanjutan, *corporate social responsibility* dipandang sebagai media untuk menjembatani kepentingan internal perusahaan melalui *good corporate governance* dan kepentingan eksternal masyarakat atau investor, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut *stakeholder theory*, keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan pemegang saham, tetapi bagaimana perusahaan menjawab tuntutan kelompok lain seperti karyawan, konsumen, masyarakat dan pemerintah. Oleh karena itu, *corporate social responsibility* dianggap sebagai bentuk tanggung jawab terhadap para *stakeholder*, yang diharapkan dapat memperkuat efek *good corporate governance* terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, artinya *good corporate governance* belum sepenuhnya terhubung dengan pelaksanaan *corporate social responsibility* dan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya menemukan temuan yang konsisten dengan hasil ini. Menurut (Purbopangestu & Subowo, 2014) yang menyatakan bahwa dalam industri manufaktur, penerapan *good corporate governance* secara langsung

berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena *good corporate governance* mampu meningkatkan transparansi, efisiensi, pengelolaan, dan akuntabilitas manajemen yang dihargai oleh investor terlepas dari ada atau tidaknya *corporate social responsibility*. Menurut (Nurfianti & Simatupang, 2024) mengidentifikasi bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

4.7.9 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan uji sobel test pada peran *corporate social responsibility* nilai *two-tailed probability* sebesar 0,163, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan, artinya meskipun perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi, hal tersebut tidak secara otomatis mendorong perusahaan untuk melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility*, karena adanya pemisahan tujuan antara profitabilitas dan orientasi sosial perusahaan. Dalam praktiknya, perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi, belum tentu memiliki komitmen untuk mengalokasikan laba dalam bentuk tanggung jawab sosial. Hal ini terjadi karena *corporate social responsibility*, masih dianggap sebagai biaya tambahan, bukan sebagai investasi strategis yang berdampak langsung terhadap kinerja pasar atau penilaian investor, terutama dalam industri dasar dan kimia yang lebih fokus

pada efisiensi operasional, pengendalian biaya produksi, investasi teknologi dan kapasitas produksi, daripada mengalokasikan dana pada kegiatan sosial. Selain itu, rendahnya kualitas pengungkapan *corporate social responsibility* dan kurangnya transparansi dalam pelaporan aktivitas *social*, menjadi penyebab tidak dapat memediasi. Perusahaan memang melaksanakan *corporate social responsibility*, namun tidak mengkomunikasikan secara efektif melalui laporan tahunan atau laporan keberlanjutan, sehingga tidak memberikan sinyal yang kuat kepada investor dan pasar. Oleh karena itu, meskipun perusahaan memperoleh laba yang tinggi, jika pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak disampaikan secara terbuka dan terukur, maka tidak akan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan persepsi nilai perusahaan di mata investor. Selain itu, sektor industri dasar dan kimia sering kali menghadapi isu lingkungan dan berdampak *eksternalitas* negatif, sehingga aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan dipersepsikan hanya sebagai bentuk kompensasi atau kepatuhan terhadap regulasi, bukan sebagai wujud inisiatif sukarela, hal ini akan berakibat aktivitas *corporate social responsibility* tidak memberikan nilai tambah yang cukup kuat untuk menyalurkan pengaruh laba terhadap nilai perusahaan. Investor akan lebih fokus menilai seberapa efisien perusahaan dalam mengelola risiko bisnis dan menghasilkan laba, dibandingkan dengan sejauh mana perusahaan terlibat dalam kegiatan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sektor industri dasar dan kimia, profitabilitas berdampak langsung terhadap nilai perusahaan tanpa melalui *corporate social responsibility*, dilihat dari hasil uji sobel, nilai *one-*

tailed probability sebesar 0,0465, nilai tersebut lebih kecil dari 5%, sehingga dapat diartikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan langsung terhadap nilai perusahaan, tanpa melalui *corporate social responsibility*. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam sektor ini, pelaku pasar merespon kinerja keuangan yang kuat secara langsung, jika dibandingkan dengan inisiatif kegiatan sosial perusahaan.

Teori yang mendukung hipotesis *corporate social responsibility* memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu teori legitimasi dan teori sinyal. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan yang memperoleh laba besar mempunyai dorongan untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan lingkungan melalui aktivitas *corporate social responsibility*, sebagai bentuk legitimasi sosial atas keberhasilan. Sementara itu, menurut *signaling theory*, perusahaan yang mempunyai laba tinggi diasumsikan akan memberikan sinyal positif kepada investor melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan *corporate social responsibility*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra dan nilai perusahaan di mata pasar. Namun, dalam penelitian ini, hipotesis tersebut di tolak, karena hasil uji menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berperan sebagai mediator yang signifikan. Kedua teori tersebut menegaskan bahwa *corporate social responsibility* lebih berdampak pada persepsi sosial dan legitimasi perusahaan daripada profitabilitas secara langsung (H. E. Putri & Setiawan, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks manufaktur sektor industri dasar dan kimia, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tidak disalurkan

melalui pelaksanaan *corporate social responsibility*. Dengan kata lain, meskipun secara teori legitimasi dan teori sinyal mengasumsikan, kenyataannya pada sektor ini pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak menjadi faktor utama dalam menyalurkan dampak dari profitabilitas terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Studi sebelumnya mendukung kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* tidak memediasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor industri dasar dan kimia, (Rahayu et al., 2020) menemukan bahwa *corporate social responsibility* memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan legitimasi sosial, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. (H. E. Putri & Setiawan, 2021) juga melaporkan bahwa biaya pelaksanaan *corporate social responsibility* sering kali menekan profitabilitas dalam jangka pendek, meskipun perusahaan mendapatkan manfaat dalam bentuk reputasi yang lebih baik. Di sisi lain, menemukan bahwa dalam (& L. Arifin, A., 2022) kasus tertentu, *corporate social responsibility* dapat meningkatkan profitabilitas melalui loyalitas konsumen, tetapi efek ini tidak konsisten. Hal ini memperkuat bahwa *corporate social responsibility* lebih efektif dalam membangun nilai perusahaan melalui legitimasi sosial dan hubungan dengan pemangku kepentingan daripada melalui jalur profitabilitas.

4.7.10 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan uji *sobel test* pada peran *corporate social responsibility* nilai *two-tailed probability* sebesar 0,612 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat mempengaruhi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya *leverage* yang dimiliki perusahaan tidak secara signifikan menentukan tinggi rendah nya pelaksanaan *corporate social responsibility*, yang pada akhirnya tidak berdampak pada nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility*. Hal ini disebabkan karena tingkat *leverage* yang tinggi dapat menimbulkan persepsi negative dari investor dan mengalami tekanan keuangan, sehingga memprioritaskan kewajiban pembayaran utang dan menjaga stabilitas keuangan, dibandingkan dengan mengalokasikan dana untuk kegiatan sosial. *Corporate sosial responsibility* dianggap sebagai beban tambahan, yang menjadi tidak prioritas utama dalam kondisi struktur modal yang berat oleh utang. Selain itu, dalam industri dasar dan kimia, industri tersebut padat modal yang berat oleh utang, berorientasi pada produksi, perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia lebih berfokus pada efisiensi operasional dan penggunaan modal kerja, jika dibandingkan dengan pengembangan program sosial. Selain itu, pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia, sering terjadi risiko lingkungan dan regulasi cukup tinggi, publik dan investor memandang *corporate social responsibility* sebagai alat pencitraan atau respons terhadap tekanan eksternal, tidak sebagai bagian dari

strategi keuangan perusahaan yang kuat, sehingga akan berakibat pada kegiatan *corporate social responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan dengan *leverage* tinggi dianggap tidak signifikan, *corporate social responsibility* yang tidak dinilai sebagai inisiatif autentik tidak akan berperan dalam memperkuat hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Investor juga cenderung lebih mencermati kemampuan perusahaan dalam mengelola utang jika dibandingkan dengan aktivitas sosialnya, sehingga *corporate social responsibility* tidak menjadi faktor yang dapat memperkuat hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Temuan ini di dukung oleh pendapat (Roberts, 1992) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menghadapi tekanan keuangan atau memiliki tingkat *leverage* tinggi, akan berhaati hati dalam pengeluaran perusahaan, termasuk dalam hal pelaksanaan *corporate social responsibility*, karena aktivitas tersebut tidak memberikan manfaat ekonomi secara langsung dalam jangka pendek. Dengan demikian, *corporate social responsibility* tidak berfungsi sebagai jalur mediasi yang signifikan antara *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori legitimasi dan teori *steakholder*. Menurut teori legitimasi, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menyelaraskan kegiatan nya dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat, untuk memperoleh dukungan sosial. Dalam hal ini, perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi dianggap memiliki tekanan keuangan yang lebih besar, sehingga secara teoritis di dorong untuk melakukan aktivitas *corporate social responsibility* sebagai upaya untuk memperoleh

legitimasi dari *public* dan pemangku kepentingan lainnya. Sementara itu, menurut teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada pihak lain seperti kreditor, konsumen, pemerintah dan masyarakat luas. Oleh karena itu, meskipun perusahaan mempunyai *leverage* tinggi, pelaksanaan *corporate social responsibility* dapat digunakan untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung teori tersebut, karena *corporate social responsibility* tidak berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, *corporate social responsibility* tidak dianggap sebagai mekanisme strategis untuk mengurangi dampak negatif *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan pendapat (Roberts, 1992) yang menyatakan bahwa dalam kondisi keuangan tertentu, pelaksanaan *corporate social responsibility* sering kali hanya bersifat simbolik dan tidak memberikan pengaruh nyata terhadap persepsi pasar.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang sama, dilakukan oleh (Munzir et al., 2023) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan, karena dalam penelitian ini, *leverage* mempunyai pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, yaitu pengaruh negatif, hal ini tidak ada kaitannya dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021 – 2024 mengenai pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage*, terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility* dengan total 428 data menjadi 88 data sampel yang lolos kriteria. Data tersebut diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 29. Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Good corporate governance* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dengan kata lain, hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan *good corporate governance*, maka semakin baik pula perusahaan melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*. Implementasi *good corporate governance* dapat meningkatkan efisiensi operasional serta membangun kepercayaan dari investor dan pemangku kepentingan. Dengan adanya transparansi, akuntabilitas dan pengambilan keputusan yang etis, perusahaan jadi lebih terdorong untuk menjadikan *corporate social responsibility* sebagai bagian dari strategi utama. Selain itu, mekanisme pengawasan dalam *good corporate governance* turut memastikan bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* berjalan dengan optimal dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, semakin baik

implementasi *good corporate governance* dalam suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula komitmen perusahaan dalam melaksanakan *corporate social responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan upaya untuk membangun reputasi jangka panjang.

2. Profitabilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dengan kata lain hipotesis kedua pada penelitian ini diterima. Artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka akan semakin baik penerapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang mempunyai Profitabilitas tinggi, diartikan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mengalokasikan dana dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjaga kepercayaan masyarakat dan investor, sehingga citra perusahaan di masyarakat dan *stakeholder* semakin baik.
3. *Leverage* terbukti berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dengan kata lain hipotesis ketiga pada penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendah nya *leverage* tidak secara langsung meningkatkan *corporate social responsibility*. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, alokasi dana lebih difokuskan pada efisiensi produksi dan kepatuhan terhadap regulasi teknis lingkungan yang bersifat wajib, sehingga pelaksanaan *corporate social responsibility* belum menjadi prioritas utama. Selain itu, tekanan dari kreditor lebih diarahkan pada pemenuhan kewajiban utang dibandingkan dengan aktivitas sosial perusahaan. *Corporate social*

responsibility cenderung dipandang sebagai strategi jangka panjang, sehingga tingkat *leverage* tidak menjadi pertimbangan penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility* di sektor ini.

4. *Corporate social responsibility* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan dan pelaporan *corporate social responsibility*, akan meningkatkan nilai perusahaan. Pelaksanaan *corporate social responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan tidak hanya memberikan manfaat sosial dan lingkungan, tetapi juga berdampak langsung terhadap persepsi, penilaian investor dan *public* terhadap perusahaan, sehingga nilai perusahaan meningkat.
5. *Good corporate governance* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima. Artinya semakin baik penerapan *good corporate governance*, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik dapat menciptakan kepercayaan *public*, mengurangi risiko manajemen *oportunistik*, dan meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan, yang akan memperkuat reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan.
6. Profitabilitas terbukti tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain hipotesis keenam pada penelitian ini ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa laba yang diperoleh perusahaan belum

menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai nilai perusahaan, terutama pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang memiliki karakteristik biaya tinggi, fluktuasi harga komoditas, serta ketergantungan terhadap proyek jangka panjang. Investor cenderung lebih memperhatikan faktor lain seperti stabilitas, efisiensi operasional dan prospek jangka panjang dibandingkan dengan laba jangka pendek yang bersifat sementara. Selain itu, sektor ini juga rentan terhadap pengaruh eksternal seperti regulasi pemerintah dan *volatilitas* pasar global, sehingga profitabilitas tidak secara langsung mencerminkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

7. *Leverage* terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, hipotesis ketujuh pada penelitian ini diterima. *Leverage* yang tinggi mencerminkan besarnya penggunaan utang dalam struktur pendanaan, secara langsung meningkatkan risiko keuangan. Meskipun penggunaan utang dapat memberikan manfaat seperti efisiensi pajak, namun terdapat konsekuensi seperti beban bunga, risiko gagal bayar, dan tekanan likuiditas yang tinggi. Kondisi tersebut menimbulkan sinyal negative terhadap investor, karena menunjukkan perusahaan menghadapi tekanan keuangan dan memiliki tingkat *solvabilitas* yang rendah. Hal ini pada akhirnya menurunkan tingkat kepercayaan investor dan berdampak negative terhadap persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Dalam perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang padat modal, ketergantungan pada utang justru meningkatkan ketidakpastian *financial*,

sehingga pasar merespon negative terhadap tinggi nya *leverage*, karena dianggap mengurangi prospek jangka panjang dan stabilitas perusahaan.

8. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, hipotesis kedelapan pada penelitian ini ditolak. Dalam sektor industri dasar dan kimia, *corporate social responsibility* belum sepenuhnya menjadi prioritas strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan, meskipun *good corporate governance* telah diterapkan dengan baik. *Corporate social responsibility* seringkali dijalankan hanya sebatas formalitas atau untuk memenuhi kepatuhan regulasi, bukan sebagai bagian integral dari strategi perusahaan. Hal ini menyebabkan *corporate social responsibility*, tidak mampu memediasi hubungan antara *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Selain itu, karakteristik sektor ini merupakan industri padat modal dan teknologi, membuat investor lebih fokus pada efisiensi dan pengelolaan keuangan jika dibandingkan dengan aspek sosial perusahaan. Perubahan item dalam pengungkapan *corporate social responsibility* juga turut mempengaruhi efektivitas peran *corporate social responsibility* sebagai mediasi dalam meningkatkan nilai perusahaan.

9. *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, hipotesis kesembilan pada penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tinggi tidak otomatis mendorong perusahaan untuk melaksanakan dan melaporkan *corporate social responsibility* secara

optimal. Dalam perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, perusahaan lebih fokus pada efisiensi produksi, pengendalian biaya, peningkatan kapasitas produksi, dibandingkan mengalokasikan laba untuk tanggung jawab sosial. Selain itu, *corporate social responsibility* sering dianggap sebagai beban tambahan, bukan sebagai investasi strategis, dan rendahnya kualitas pengungkapan dan transparansi pelaporan *corporate social responsibility* membuat aktivitas sosial perusahaan kurang memberikan sinyal positif kepada investor. *Corporate social responsibility* kerap dipersepsikan hanya sebagai bentuk kepatuhan, bukan sebagai inisiatif sukarela, sehingga tidak mampu meningkatkan persepsi nilai perusahaan meskipun mempunyai laba tinggi.

10. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, hipotesis kesepuluh pada penelitian ini ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya *leverage* tidak secara signifikan mempengaruhi pelaksanaan dan pelaporan *corporate social responsibility*, sehingga tidak berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung memprioritaskan stabilitas keuangan dan pembayaran utang, sementara *corporate social responsibility* dianggap sebagai beban tambahan yang bukan prioritas. Dalam perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, merupakan industri yang padat modal, perusahaan lebih terfokus pada efisiensi operasional dibandingkan dengan kegiatan sosial. Selain itu, *corporate social responsibility* di sektor ini sering dipersepsikan sebagai

respon terhadap tekanan eksternal, bukan sebagai strategi keuangan, sehingga kurang mendapat perhatian dari investor. Dimana perusahaan yang mempunyai tekanan keuangan akan membatasi pengeluaran untuk aktivitas yang tidak memberikan manfaat ekonomi langsung, seperti *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, *corporate social responsibility* tidak berperan sebagai jalur mediasi yang signifikan antara *leverage* dan nilai perusahaan.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dipaparkan, terdapat beberapa implikasi yang dapat diambil pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Implikasi Teoritis

- a. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan menambah wawasan serta pengetahuan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman teoritis mengenai peran *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui *corporate social responsibility*, dengan sampel terkini yaitu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2021-2024. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang akuntansi keberlanjutan.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan kembali fenomena yang ada dalam dunia ekonomi khususnya perusahaan yang terkait dengan pengungkapan *corporate social*

responsibility, *good corporate governance*, profitabilitas dan *leverage* sehingga dihasilkan penelitian yang lebih baik.

5.2.2 Implikasi Praktis

- a. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan secara lebih mendalam dan kompleks mengenai penerapan *good corporate governance*, profitabilitas dan *leverage* sebuah perusahaan. Melalui penelitian ini pula, penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dengan berfikir kritis dan sistematis dalam menganalisa fenomena empiris yang ada pada perusahaan yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.
- b. Bagi perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, penelitian ini dapat dijadikan sarana tambahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai pengungkapan *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, profitabilitas, dan *leverage*. Mendorong perusahaan untuk melakukan dan melaporkan *corporate social responsibility* sesuai dengan indeks *global reporting initiative*, penerapan *good corporate governance*, mendapatkan *profitabilitas* yang tinggi, sekaligus mengelola *leverage* dengan baik dan benar.
- c. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu alat untuk melihat bagaimana peran *good corporate governance*, profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, sebagai sarana untuk pengambilan keputusan sebelum berinvestasi.

- d. Bagi pemerintah, penelitian ini sebagai pemicu bahwa peran *corporate social responsibility*, untuk perusahaan menjadi penting karena berkaitan dengan keberlanjutan, sehingga pemerintah dapat memberikan regulasi agar *corporate social responsibility* tidak lagi bersifat *voluntary* tetapi juga bersifat *mandatory*.
- e. Peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang berdasarkan penemuan dan kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang sulit di akses, baik melalui web *idx.com* atau web perusahaan, sehingga peneliti kesulitan untuk memperoleh data.
2. Sampel penelitian hanya diperoleh sedikit karena masih banyak perusahaan yang tidak memenuhi kriteria yaitu belum menerbitkan *sustainability report*, menggunakan mata uang asing dan mengalami kerugian.
3. Terdapat perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* tetapi tidak menggunakan indeks *global reporting standard*, sehingga peneliti sulit dalam menentukan nilai *corporate social responsibility*, yang berakibat sampel semakin sedikit.
4. Rendahnya kemampuan variabel dan mediasi dalam menjelaskan variabel dependen yakni masih dibawah 35% (31,2% dan 19%)

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan. Terlepas dari hal itu, penelitian ini diharapkan akan menghasilkan penelitian masa depan yang berkualitas. Terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel yang terbatas yaitu hanya perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021 – 2024. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sektor perusahaan yang menjadi objek penelitian seperti keseluruhan sektor yang ada di Perusahaan Manufaktur, atau perusahaan di bidang industri lainnya yang relevan dengan penelitian, dengan periode penelitian yang lebih panjang.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memakai pengukuran lain seperti pengukuran *nilai perusahaan* memakai *Price to Book*, profitabilitas menggunakan *Return On Equity*, *leverage* menggunakan *Debt to Asset Ratio* , *good corporate governance* menggunakan komite audit, dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, *corporate social responsibility* tetap menggunakan indeks *global reporting initiative*, untuk melihat pengaruh nya sebagai perbandingan dengan pengukuran yang lain.
3. Untuk penelitian mendatang diharapkan untuk menambah variabel independent seperti kebijakan deviden, ukuran perusahaan, kinerja

lingkungan, likuiditas, struktur kepemilikan dan sejenisnya, yang relevan dengan penelitian.

4. Menambah jumlah sampel agar dapat diperoleh hasil yang cukup dan lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- A Chariri, I. G. (2007). Teori Akuntansi. *Universitas Diponegoro*
- Abdul, D. G. Y. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan April 2020, volume 21 nomor 1. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1), 15–24.
- Alex. (2017). Analisis Penerapan Good Corporate Governance Pada PT Surya Bangun Jaya Abadi (Terwaralaba Ray White). *AGORA*. 2, No 2.
- Alida, A. P., & Sulastiningsih, S. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 779–788. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v4i1.945>
- Amelia, F., & Anhar, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(01), 44–70. <https://doi.org/10.36406/jemi.v28i01.260>
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 626–640. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.708>
- Apriliyanti, V. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitability sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 2(1), 82–96. <https://doi.org/10.46880/jsika.v2i1.25>
- Arifin, A., & L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, DER Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(1), 217–225. *Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta*
- Arifin, A. & F. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 55–64.
- Arifin, N. C. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021). 11(2), 32–41.
- AuliaRahman, L. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar dalam Jakarta Islamic Index. *Universitas Islam Indonesia*.

- Averina, R. Y., & Widagda, I. G. N. J. A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekplorasi Akuntansi* 27(2), 635–637. <https://doi.org/10.24036/jea.v4i3.567>
- Azwar, S. (2020). Metode Penelitian. *Pustaka Belajar*.
- Azzahrah, Z., & Willy, S. Y. (2014). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2013). *E-Proceeding of Management: Vol.1, No.3 Desember 2014 | Page 203, ISSN: 2355-9357, 1(3)*, 203–213. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i4.353>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i1.8949>
- Bagus, I., Purbawangsa, A., Solimun, S., Achmad, A., Fernandes, R., & Rahayu, S. M. (2020). Corporate governance , corporate pro fi tability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia , China and India stock exchange in 2013-2016). *Journal Emerald* 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>
- Bambang Soedaryono, D. R. (2011). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility. *In Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi* (Vol. 11, Issue 3, pp. 1–32). <https://doi.org/10.25105/mraai.v11i3.2785>
- Bidhari, S. C., Salim, U., Aisjah, S., & Java, E. (2013). Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry Listed at Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Business and Management* 5(18), 39–47.
- Bitu, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298–306. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i3.233>
- Brammer, S., & Millington, A. (2008). Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 29(12), 1325–1343. <https://doi.org/10.1002/smj.714>
- Brigham, E. F. & Houston, J. . (2006). Dasar Dasar Manajemen Keuangan. *Samudra Biru*
- Brigham, E. F. & Houston, J. . (2013). Fundamentals of Financial Management. *South-Western Cengage Learning*.

- BS Black, H Jang, W. K. (2006). Does Corporate Governance Predict Firm's Market Value? Evidence From Korea. *Finance Working Paper N° 86/2004*, Northwestern University and ECGI, http://ssrn.com/abstract_id=311275
- Budiasih, M.A.B.C.D. &G.A.N (2021). Profitabilitas, Leverage dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Akuntansi, Universitas Udayana*, 31, 11. <http://dx.doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i03.p09>
- Committee, C. (1992). Report of Committee on The Financial Aspects of Corporate Governance, Gee , *Great Britain*.
- Daljono, N. &. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Perusahaan TOP GCG Award tahun 2021). *Jurnal Univeritas Diponegoro* <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/41623>
- Deegan, C. (2002). The Legitimising Effect of Social And Environmental Disclosure - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability*, 15 (3), 282–311. *Emerald Journal* <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09513570210435852/full/html>
- Deswanto, R. B., & Siregar, S. V. (2018). The associations between environmental disclosures with fi nancial performance , environmental performance , and fi rm value. *14*(1), 180–193. *Emerald Journal* <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2017-0005>
- Dian, S., & Andreas, A. R. (2018). Pengaruh good corporate governance (gcg), leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (csr) sebagai variabel mediasi. *X*(4), 695–719.
- Dina, D. A. S., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2821>
- Djamilah, S., & Surenggono, S. (2017). Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemediasi Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 9(1), 41. <https://doi.org/10.26740/jaj.v9n1.p41-53>
- Dr. Talat Afza, & Samya Tahir. (2012). Determinants of Price-Earnings Ratio: The Case of Chemical Sector of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(8), 331–343. https://www.researchgate.net/publication/259826777_Determinants_of_Price

-Earnings_Ratio_The_Case_of_Chemical_Sector_of_Pakistan

- Dwiastuti, D. S., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 137–146. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.16841>
- Ecodemica, J., September, V. N., Palupi, R. S., & Hendiarto, S. (2018). Kebijakan Hutang, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan Properti & Real Estate 2(2). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3225>
- Enjang Meylani, Sri Wahyuni, Hadi Pramono, & Bima Cinintya Pratama. (2023). Faktor Penentu Kinerja Keuangan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 553–566. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4591>
- Fahmi. (2017). Kinerja Keuangan: Panduan bagi Akademisi, Manajer, dan Investor untuk Menilai dan Menganalisis Bisnis dari Aspek Keuangan, *Alfabeta Bandung*
- Fahrizqi, A. (2010). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia). *Universitas Diponegoro*, <https://eprints.undip.ac.id/24469/>
- Farantika, F. A., & Susilo, D. E. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. National Conference on Applied Business, *Jurnal Education, & Technology (NCABET)*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v1i1.3>
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Fauziah, I. (n.d.) (2019) Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2353>
- Febby Aulia Zahara, L. H. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Risiko Pasar, Profitabilitas, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Energi Yang Terdaftar di BEI Periode 2013 -. 03(01), *Trilogi Accounting & Business Research* 149–166. <https://doi.org/10.31326/tabr.v3i1.1311>
- Ghozali. (2008). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial

- Least Square (pls). *Universitas Diponegoro*.
- Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Semarang Universitas Diponegoro*.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23. *Universitas Diponegoro*.
- Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. In Section. *Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit - *Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, M. (2018). Metodologi Penelitian. *Salemba Empat*.
- Hadi, N. (2011b). Corporate Social Responsibility. *Graha Ilmu*.
- Harahap, S. S. (2011). Analisis Kristis Atas Laporan Keuangan. In *Manajemen Keuangan. Rajawali Pers*.
- Harmono. (2022). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard. *Bumi Aksara*
- Hermawan, A. A. (2009). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. <http://dx.doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1029>
- Herry. (2016). Analisis Laporan Keuangan Integrated. *Gramedia Widiasarana Indonesia*.
- Herry. (2017). Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan. PT Grasindo, Anggota IKAPI. *Gramedia Widiasarana Indonesia*.
- Herry. (2020). Analisis Laporan Keuangan-Integrated and Comprehensive Edition. *Gramedia Widiasarana Indonesia*.
- Hsu, W, -H, Wang, G., Tsai, H.-L., & Lu, C.-W. (2016). The Moderating and Mediating Effects of Corporate Governance on Firm Performance. *Recent Researches in Applied Computers and Computational Science*.
- Ilham Thalib, A. D. (2017) Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi Vol.1 No.1 2017*. 1(1). <https://doi.org/10.56174/jrpma.v1i1.6>
- Inad Pramana, I. M. I. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen*

- Unud* 561–594. <https://www.neliti.com/publications/255339/pengaruh-profitabilitas-dan-size-terhadap-nilai-perusahaan-dengan-csr-sebagai-va#cite>
- Inastri, M. A., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(2), 1400–1429. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p20>.
- Indira Shinta Dewi, & Dita Nur Khafi. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Liabilitas*, 3(1), 56–76. <https://doi.org/10.54964/liabilitas.v3i1.32>
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/aktual.v17i1.34>
- Irvan Ali Mustofa, Saiful Nggufon Efendi, & Diana Elvianita Martanti. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 1571–1576. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2399>
- Ita Rakhmawati, I. M. C. (2021). Karakteristik, *profitabilitas* dan perataan laba pada perusahaan yang terdaftar di jakarta islamic index. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 8(2). <https://doi.org/10.35836/jakis.v8i2.195>
- Janra. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi* <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/akt/article/view/1611/0>
- Juliandi A, Irfan, M. S. (2014). Metodologi Penelitian Binis, Konsep dan Aplikasi. *UMSU Press*.
- Kartika, I., & Payana, E. D. (2021). Good Corporate Governance dan Intellectual Capital sebagai Determinan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 10(1), 61. <https://doi.org/10.30659/jai.10.1.61-79>
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Karamoy, H. (2017). Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas*, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel *Moderasi* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing “Goodwill,”* 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.35800/jjs.v8i2.16901>
- Kasmir. (2012). Analisis Laporan Keuangan. *PT Grafindo Persada*.

- Kebon, S. M. A., Mahardika, & Suryanawa, I. K. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance dan Investment Opportunity Set pada Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1534–1563. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v20.i02.p24>.
- Kharisma, P., & Priyadi, M. P. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(3), 258–274. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i3.6048>
- Klaudia, S., Parawiyati, P., & Harmono, H. (2022). Implementasi Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 13(1), 14–26. <https://doi.org/10.33558/jrak.v12i2.3115>
- Kokubu, K. Noya.A. Shinabe, T. Highasida, A. (2002). Determinants Of Environmental report Publication And Its Quality In Japanese Companies. *In Business Administration, Kobe University* (p. 24). https://www.researchgate.net/publication/228877371_Environmental_accounting_practices_of_listed_companies_in_Japan
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analysis of The Effect of Leverage Profitability and Company Size on Firm Value in The Banking Industry Registered on The IDX. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.
- Kristanti, E. W. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Ssebagai Pemoderasi Hubungan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Maswar Patuh Priyadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(3), 2–16. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/276>
- Kristanti, M. E. (2012). Pengaruh Karakteristik Komite Audit Terhadap Financial Distress Agatha. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1, 1–3. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/484>
- Kristanti, N. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Global Financial Accounting Journal*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.37253/gfa.v4i2.842>
- Kusmayadi, D., Rudiana, D., & Badruzaman, J. (2015). Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Universitas Siliwangi*.
- Kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderator, *Universitas Diponegoro*, <https://eprints.undip.ac.id/22572/>

- Laksito, H., & Khafa, L. (2015). Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Keputusan Investasi Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/download/9575/9298>
- Liana Susanto, A. J. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(2), 814. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i2.11803>
- Listiyowati, L., & Indarti, I. (2019). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Kontruksi yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 4(2), 1–16. <https://doi.org/10.29303/jseh.v4i2.8>
- Maharani, & Wahidahwati. (2023). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Yang Di Moderasi Oleh Good Corporate Governance (GCG). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(1), 1–16. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5048>
- Mardikanto, T. (2014). Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Social Korporasi), *Alfabeta*.
- Maryam Monika Rangkuti, Rina Bukit, M. D. (2020). The Effect of Intellectual Capital and Financial Perfromance on Firm Value With Rrtun on Investment as a Modeling Variable In The Mining Industry Listed on Indonesia Stock Exchange. 67–73. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*.
- Mia Novianti, Dirvi Surya Abbas, & Triana Zuhrotun Aulia. (2023). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 56–66. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2276>
- Michael C. Jensen, W. H. M. (2019). Theory Of The Firm : Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–198. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559>
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>

- Munzir, Rinii, T. H. C., & Aziz, M. (2021). Impelementasi Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan. *Balance Vacation Accounting Journal*, 5(1), 1–11. <http://dx.doi.org/10.31000/bvaj.v5i1.4792>
- Myers, S. C. (1984). The Capital Structure Puzzle. *The Journal of Finance*. 39(3), 572–592. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1984.tb03646.x>
- Natalylova, K. (2013). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan yang Mendapatkan Indonesia Sustainability Reporting Awards. *Stie Trisakti Media Bisnis*, 162–182. <https://doi.org/10.47007/jeko.v9i02.2532>
- Neter, M. H. K. J. N. J. W. L. (2005). Applied Linear Statistical Models. Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General), *University Georgia* 138(2), 258. <https://doi.org/10.2307/2984653>
- Neva Novianti, Siti Rahmi, Z. (2022). Effect of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility and Firm Values: Empirical Evidence from Manufacturing Companies in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 249. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.434>
- Nida, N. K. N. L. (2022). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel mediasi. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694. <file:///C:/Users/singg/Downloads/garuda1369576.pdf>
- Nugraha, A. G., Maulid, T., Falah, S., & Pangayouw, B. J. . (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Good Corporate Governance, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 17(1), 96–105. <https://doi.org/10.52062/jaked.v17i1.2332>
- Nugroho, M. A. & W. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility. *Dinamika Akuntansi*, 6(2), 103–114.
- Nugroho, M. F. F. A. (2011). Analisis Hubungan Antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Karakteristik Tata Kelola. *Universitas Diponegoro*.
- Nurfianti, S., & Simatupang, F. S. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 361. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1639>

- Nyoman Agus Swardika, K. M. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1248–1277. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4467>
- Pradanimas, A., & Sucipto, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Harga Saham dengan Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(1), 93. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i1.788>
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner, Riset dan Jurnal Akuntansi* 4(1), 95. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.201>
- Premana, A. B. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Universitas Diponegoro*. <https://eprints.undip.ac.id/29100/>
- Pristianingrum, N. (2017). Pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. 2017, 27–28. *Universitas Negeri Jakarta*. <https://prosiding.jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/6673>
- Purba, I. B. G. I. W., & Yadnya, P. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 4(8), 2428–2443.
- Purbopangestu, H., & Subowo. (2014). Accounting Analysis Journal Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 3(3), 321–333. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj>
- Putra, P., & Setiawan, M. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 611–625. <https://doi.org/10.24036/jea.v4i3.567>
- Putranto, P., Maulidhika, I., & Budhy Scorita, K. (2022). Dampak Good Corporate Governance dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Putranto. Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 7(1), 61–74. *Jurnal Online Insan Akuntan* <http://dx.doi.org/10.51211/joia.v7i1.1734>
- Putri, H. E., & Setiawan, M. A. (2021). The Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Kantor Akuntan Publik terhadap Audit Delay: Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 3(3), 529–546.
<https://doi.org/10.24036/jea.v3i3.419>

Putri, Z. B., & Budiyanto. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol.7(No.3), Hal.1-16.
<https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.16>

Qolbia. (2017). Penerapan Prinsip Good Corporate Governance pada Perusahaan Daerah Pasar Surabaya, *Jurnal Kebijakan dan Manajerial Publik*. 5.
<https://repository.unair.ac.id/67570/>

Rachman, H. A., & Nopiyanti, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Journal Equity*, 18(2), 167–180. <https://doi.org/10.34209/equ.v18i2.466>

Rahayu, D. Y., Kurniati, T., & Wahyuni, S. (2020). Analisa Pengaruh Intellectual Capital, Islamicity Performance Index dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah 2014-2018. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 18(2), 85–98.
<https://doi.org/10.30595/kompartemen.v18i2.7688>

Rahmadani, L., Sagala, D. M., Barokah, M. A., Akuntansi, P. S., & Ekonomi, F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Riset dan Jurnal Akuntansi* 6, 2160–2164.
<http://dx.doi.org/10.33395/owner.v5i1.383>

Rahmawati, M. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertanian Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar di BEI 2014-2018). *Universitas Muhammadiyah Magelang*.

Randy, Vincentius, & Juniarti. (2013). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI 2007-2011. *Business Accounting Review*, 1(2), 306–318.
<https://media.neliti.com/media/publications/189515-ID-pengaruh-penerapan-good-corporate-govern.pdf>

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>

Reni, F., & Anggraini, R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang*

- Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta), *Sanata Dharma University* 21, 23–26. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_699411403487.pdf
- Rindawati. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4 No. 6.
- Riyanti, C., & Raharjo, S. T. (2021). Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 112. <https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i1.32144>
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595–612. *Accounting, Organization and Society* [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90015-K](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90015-K)
- Robiah, A. M., & Erawati, T. (2017). Pengaruh *Leverage*, *Size*, dan Kepemilikan Manajemen Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. *Akuntansi Dewantara*, 1(1), 39–48.
- Rodoni, A. H. A. (2014). Manajemen Keuangan Modern. *Mitra Media Wacana. Mitra Media*
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(10), 1–18. <http://dx.doi.org/10.31602/atd.v6i1.5873>
- RY Setyono, A. S. (2014). Analisis Karakteristik Perusahaan dalam Memprediksi Ungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*.
- Santi Altina Ginting, Rochman Marota, M. M (2021) Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, Dan Kontruksi Bangunan Yang Terdaftar di BEI 2017 - 2021. *JATAMA: Jurnal Akuntansi Pratama*. 4(2), 1–18. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i3.5573>
- Sari, M. R. P. A., & Handayani, N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(9), 1–18. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.1-16>
- Sari, P. I. P., & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Leverage terhadap profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3(5), 1427–1441.

- Sarita, B., & S, D. T. (2019). Indonesia Stock Exchange The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange. December. *International Journal of Engineering Science*.
- Saudana, K. S. & I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 14(1), 56–69. <https://dx.doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Scott, W. R. (2000). Financial Accounting Theory. *Prentice Hall Canada*
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Universitas Katolik Sumatera Utara, SNA VIII Solo*, 15 – 16 September 2005. September, 15–16. <https://eprints.undip.ac.id/35124/>
- Sembiring, E. R. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 8(2), 145–168. <https://doi.org/10.54367/jrak.v6i2.1055>
- Setyarini, Y., & Paramitha, M. (2011). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja. *Jurnal Kewirausahaan*, 5(2), 10–17.
- Sholikhah, A. (1970). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 342–362. <https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>
- Singarimbun, M. (1989). Metode Penelitian Survey. *Universitas Meda Area*
- Sofiamira, N. A., & Haryono, N. A. (2017). Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 191. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i2.691>
- Solomon, J. (2007). Corporate Governance and Accountability (2nd ed.). *England: John Wiley & Sons Ltd.*
- Spence, M. (1978). Job Market Signaling. *In Uncertainty in Economics*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50025-5>
- Sri Wahjuni Latifah, M. B. L. (2017). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Pemoderasi. *Handbook of Bolts and Bolted Joints*, 17(1), 336–339. <https://doi.org/10.1201/9781482273786-97>
- Sudarmanto, Susanti, Revida, Pelu, P. (2021). Good Corporate Governance. *Yayasan Kita Menulis*.

- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suherman, S., Adam, M., Widiyanti, M., & Yuliani, Y. (2024). The Effect of Good Corporate Governance on The Profitability of Mining Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Syntax Transformation*, 5(2), 382–392. <https://doi.org/10.46799/jst.v5i2.900>
- Sukasih, A., & Sugiyanto, E. (2017). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 121–131. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4894>
- Sutopo, Rokhmawati, A. (2018). Pengaruh Corporate Governance, Leverage, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Tepak Manajemen Bisnis*, 695–719.
- SW Anggiyani, H. yanto. (2016). *Determinan Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Accounting Analysis Journal (AAJ)*. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/36861>
- Ulla, A., Tanor, L. A. O., & Marunduh, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 4(1), 52–61. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.4033>
- Wati, L. N. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). *In Section. Myria*.
- Widhiastuti, N. L. P. (2022). Audit Delay Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi* 20(3), 267. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i3.5293>
- Wiksuana, N. M. I. W. 1 I. G. B. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, *E-Jurnal Manajemen Unud* 2017-03-02.
- Windasari, O. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Sekolah Tinggi*

Ilmu Ekonomi Indonesia, 6(2460–0585), 1–20.

Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 3(1), 43–51. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/1676>

Yanto, E. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)*, 2(1), 36–49. <https://dx.doi.org/10.33021/jaaf.v2i1.304>

Yockey, R. . (2018). The Chi-Square Goodness of Fit Test (pp. 189–200). *Demystified*. <https://doi.org/10.4324/9781315268545-17>

Yudiana. (2012). Konsep Dasar Manajemen Keuangan. *Samudera Biru*

Yusran, I. A. R., Kristanti, F. T., & Aminah, W. (2018). Pengaruh Indikator Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011- 2016). *Journal E-Proceeding of Management*, 5(1), 621–627.

