



PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN PROFITABILITAS TERHADAP CORPORATE VALUE DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2020-2022)

Hilmansyah, Mutiara Tresna Parasetya¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

ABSTRACT

For investors, in assessing the long-term prospects of a business entity, company value is a crucial indicator. Profitability and corporate governance are seen as key factors in increasing this value, while corporate social responsibility supports the relationship between variables. The analysis focused on 108 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2022 period, considering that this sector has a strategic contribution to the national economy and demonstrates consistency in corporate governance and social responsibility reporting practices.

In this study, a quantitative approach was applied by conducting an analysis of public companies. Regression tests were used to examine the indirect and direct effects between variables. The results of the test show that there is a significant influence between corporate governance and the level of CSR disclosure, but corporate governance is positioned as a measure of the audit committee. Profitability, in further testing, has a positive effect on Corporate Value, while CSR disclosure and corporate governance do not have a positive effect in part. The Sobel method used for mediation testing shows that CSR disclosure is not yet capable of being an intervening variable in the relationship between profitability or corporate governance and Corporate Value.

These findings indicate that the market does not prioritize social responsibility and corporate governance in assessing corporate value. As a result, for investors, the effectiveness of CSR is still relatively limited.

Keywords: corporate governance, profitability, corporate social responsibility disclosure, corporate value

PENDAHULUAN

Untuk menjaga keberlangsungan usaha di tengah perubahan lingkungan bisnis, perusahaan perlu mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan kebutuhan pemangku kepentingan, kondisi internal, maupun preferensi pelanggan. Ketidakmampuan dalam beradaptasi dapat mengganggu operasional dan berpotensi menurunkan *Corporate Value*. *Corporate Value* menjadi aspek yang sangat penting karena mencerminkan kondisi dan prospek perusahaan secara menyeluruh serta berkaitan langsung dengan meningkatnya kesejahteraan pemegang saham. Menurut Fama dan French dalam Budi (2014), setiap keputusan keuangan yang diambil untuk mencapai tujuan perusahaan akan saling memengaruhi, sehingga pengelolaan keuangan yang optimal dapat mendorong peningkatan *Corporate Value*. Tingginya *Corporate Value* juga dapat meningkatkan ketertarikan investor

¹ Corresponding author

untuk menanamkan modal sehingga perusahaan memperoleh dukungan finansial yang lebih kuat (Haruman, 2008).

Periode 2020–2022 merupakan masa penuh tantangan akibat pandemi Covid-19 yang berdampak signifikan terhadap kesehatan, sosial, dan perekonomian global. Banyak sektor ekonomi strategis mengalami kelumpuhan, termasuk sektor manufaktur yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Ketenagakerjaan RI, sebanyak 88% perusahaan di Indonesia terdampak pandemi Covid-19 (Kemnaker, 2020), yang tercermin dari penurunan kinerja perusahaan, melemahnya harga saham, dan menurunnya sentimen investor (Rahmani, 2020). Kondisi ini diperkuat dengan penurunan Indeks Harga Saham Gabungan sebesar 16,43% hingga April 2020 (CNN, 2020).

Dalam kondisi ekonomi yang memburuk, perusahaan dituntut untuk tetap mampu bersaing dan beradaptasi guna mempertahankan kinerja serta *Corporate Value*. Meskipun terdapat beberapa sektor yang relatif mampu bertahan selama pandemi, sektor manufaktur secara umum tetap menghadapi tekanan akibat penurunan utilitas produksi dan pembatasan aktivitas operasional (Mulihadi, 2020). Kondisi tersebut menuntut perusahaan manufaktur untuk meningkatkan profitabilitas dan *Corporate Value* di tengah ketidakpastian ekonomi.

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin melalui *Corporate Value* (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Pengukuran *Corporate Value* umumnya dilakukan melalui rasio Tobin's Q, *price to earnings ratio* (PER), dan *price to book value* (PBV). Dalam penelitian ini, PBV digunakan sebagai proksi *Corporate Value* karena mampu merefleksikan penilaian pasar terhadap nilai buku perusahaan. Data menunjukkan bahwa rata-rata PBV perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2022 mengalami penurunan, yang mengindikasikan adanya fluktuasi *Corporate Value* akibat berbagai faktor, salah satunya profitabilitas (Ardiana & Chabachib, 2018).

Dalam pengambilan keputusan investasi, investor sangat bergantung pada informasi yang dipublikasikan perusahaan, seperti informasi mengenai *Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas. Tumirin (2007) menyatakan bahwa penerapan *Corporate Governance* yang baik dapat mendorong peningkatan *Corporate Value* melalui pengelolaan perusahaan yang transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab. Seiring meningkatnya tuntutan publik terhadap praktik bisnis yang sehat dan bertanggung jawab, konsep *Good Corporate Governance* terus berkembang dan diharapkan mampu meminimalisir konflik keagenan serta meningkatkan kepercayaan investor (Sulistyanto, 2010; Retno, 2012).

Dalam kerangka *Good Corporate Governance*, CSR memiliki keterkaitan yang erat sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dan telah menjadi kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. Pengungkapan CSR dinilai mampu meningkatkan *Corporate Value* secara berkelanjutan karena memperhatikan aspek finansial, sosial, dan lingkungan (Camelianda, 2015; Siti, 2015). Namun, hasil penelitian terdahulu terkait hubungan antara *Corporate Governance*, profitabilitas, CSR, dan *Corporate Value* masih menunjukkan ketidakkonsistenan, sehingga diperlukan pengujian ulang pada konteks dan periode yang berbeda.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Governance* dan profitabilitas terhadap *Corporate Value* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2022.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

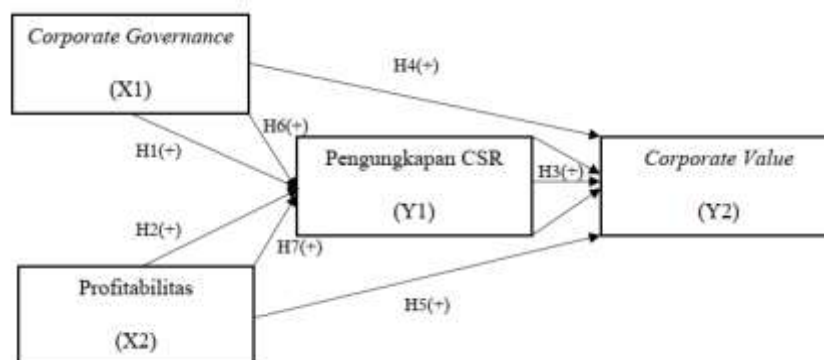
Teori Signaling

Teori sinyal diperkenalkan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi memberikan sinyal berupa informasi mengenai kondisi perusahaan

kepada pihak lain, khususnya investor dan pelaku bisnis. Manajemen perusahaan memiliki akses informasi yang lebih luas mengenai kegiatan operasional dan prospek perusahaan dibandingkan pihak eksternal, sehingga untuk meminimalisasi asimetri informasi perusahaan perlu menyampaikan sinyal kepada pihak luar melalui laporan keuangan yang kredibel dan dapat dipercaya. Menurut Jogiyanto (2010), investor akan menafsirkan informasi tersebut sebagai sinyal positif atau negatif, di mana sinyal positif direspons dengan optimisme yang berdampak pada peningkatan harga saham dan Corporate Value, sedangkan sinyal negatif menurunkan minat investasi dan Corporate Value. Oleh karena itu, laporan keuangan menjadi dasar analisis fundamental perusahaan, dan informasi seperti ROA, ukuran komite audit, serta pengungkapan CSR berfungsi sebagai sinyal bagi investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

Teori Pemangku Kepentingan

Teori pemangku kepentingan diperkenalkan oleh Freeman (1984) yang menekankan bahwa keberlangsungan dan kesuksesan perusahaan bergantung pada kemampuan internal perusahaan serta keselarasan kepentingan dengan para pemangku kepentingan. *Stakeholders* berhak memperoleh informasi finansial maupun nonfinansial terkait aktivitas perusahaan, dan perusahaan tidak dapat berfokus hanya pada kepentingannya sendiri karena dukungan stakeholder menjadi faktor penting bagi keberlangsungan perusahaan (Ghozali & Chariri, 2007; Freeman, 2015). Menurut teori ini, manajemen diharuskan menjalankan kegiatan yang bernilai bagi pemangku kepentingan serta menyampaikan informasi secara transparan melalui Corporate Governance yang baik, profitabilitas yang berkelanjutan, dan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai sarana komunikasi, legitimasi, serta upaya meningkatkan Corporate Value melalui kepercayaan *stakeholder*.



Pengaruh Corporate Governance terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Corporate Governance (CG) dipahami sebagai mekanisme yang berfungsi mengendalikan, mengarahkan, serta mengawasi operasional perusahaan agar mampu membangun nilai berkelanjutan bagi stakeholders tanpa merugikan pihak mana pun, sejalan dengan teori stakeholder yang menekankan tanggung jawab perusahaan kepada pemegang saham dan pihak berkepentingan dengan mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Freeman, 1984; Sari, 2012). Implementasi prinsip GCG bertujuan menciptakan nilai jangka panjang dan menjaga keseimbangan kepentingan internal serta eksternal melalui transparansi, akuntabilitas, independensi, kewajiban, dan tanggung jawab (Abriyani & Wiryo, 2012; Purbawangsa, 2019). Salah satu wujud implementasi GCG adalah pengungkapan CSR sebagai media komunikasi perusahaan dengan stakeholders untuk mengurangi asimetri informasi dan menunjukkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa mekanisme CG seperti komisaris independen, kepemilikan manajerial dan institusional, serta efektivitas komite audit berperan dalam

mendorong peningkatan pengungkapan CSR (Said, 2009; Ginting, 2016)
H1: Corporate Governance berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba sebagai hasil kebijakan dan keputusan strategis manajemen (Purbawangsa et al., 2019). Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan memiliki kewajiban mengungkapkan aktivitas CSR sebagai bentuk akuntabilitas sosial dan transparansi kepada pihak yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh aktivitas operasionalnya (Freeman, 1984; 2015). Tingginya tingkat profitabilitas memberikan kapasitas finansial yang lebih besar bagi perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan program CSR secara lebih luas sebagai wujud komitmen keberlanjutan serta upaya membangun citra positif di mata publik.
H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Value

Perusahaan memiliki tanggung jawab moral dan ekonomi terhadap lingkungan sosial melalui pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas. Berdasarkan teori *signaling*, pengungkapan CSR berfungsi sebagai sinyal kepada investor mengenai komitmen, reputasi, dan prospek jangka panjang perusahaan yang dapat memperkuat kepercayaan pasar (Orij, 2010). Di Indonesia, pentingnya CSR diperkuat oleh UU No. 25 Tahun 2007 dan UU No. 40 Tahun 2007 yang menekankan keseimbangan antara keuntungan, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan. Tingginya tingkat pengungkapan CSR cenderung dipersepsikan sebagai indikator tanggung jawab dan keberlanjutan perusahaan, sehingga meningkatkan minat investor dan berdampak pada peningkatan *Corporate Value*.
H3: Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap Corporate Value.

Pengaruh Corporate Governance terhadap Corporate Value

Corporate Value merupakan indikator utama yang digunakan investor untuk menilai kinerja dan prospek jangka panjang perusahaan yang tercermin dari pergerakan harga saham di pasar modal. Penerapan Good Corporate Governance berfungsi sebagai sistem pengawasan dan pengendalian yang memastikan operasional perusahaan berjalan secara efisien, transparan, dan akuntabel, sehingga mampu mengurangi risiko perilaku oportunistik manajemen dan meningkatkan kepercayaan pasar (Suhartati et al., 2011; Nuryono et al., 2019). Corporate Governance yang kuat mencerminkan kualitas pengelolaan perusahaan yang baik, struktur organisasi yang sehat, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip tata kelola, yang secara langsung meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penerapan CG yang efektif juga berkaitan dengan peningkatan pengungkapan CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial, yang semakin memperkuat reputasi dan citra perusahaan di mata stakeholders, sehingga berdampak positif terhadap Corporate Value (Siagian et al., 2013; Bagaskara & Dewayanto, 2018).
H4: Corporate Governance berpengaruh positif terhadap Corporate Value.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Value

Corporate Value mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan pemegang saham melalui harga saham di pasar modal (Pohan et al., 2018). Profitabilitas menjadi faktor penting karena menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba secara efisien melalui pemanfaatan aset (Sirait,

2017). Dalam perspektif teori *signaling*, profitabilitas yang tinggi dipersepsikan sebagai sinyal positif mengenai kondisi keuangan dan prospek pertumbuhan perusahaan, sehingga meningkatkan minat investor dan mendorong kenaikan harga saham yang berdampak pada peningkatan *Corporate Value* (Mangesti Rahayu, 2019; Anwar et al., 2021), sedangkan profitabilitas yang rendah menurunkan kepercayaan investor dan persepsi nilai perusahaan.

H5: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Corporate Value.

Pengaruh Corporate Governance terhadap Corporate Value melalui Pengungkapan CSR

Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility merupakan dua elemen yang saling melengkapi dalam menciptakan Corporate Value secara berkelanjutan. Corporate Governance berperan memastikan transparansi, akuntabilitas, dan keseimbangan kepentingan, sedangkan CSR menjadi wujud nyata keterbukaan dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholders (Retnaningsih, 2015). Penerapan CG yang baik mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara lebih transparan dan konsisten, sehingga meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat legitimasi, dan membangun reputasi positif di mata publik (Zuleika & Koesnugroho, 2022). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa implementasi CG yang efektif selaras dengan pelaksanaan CSR dan secara bersama-sama berkontribusi terhadap peningkatan Corporate Value, sehingga CSR berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh positif Corporate Governance terhadap Corporate Value (Jamali et al., 2010; Tamara & Budiasih, 2020).

H6: Corporate Governance berpengaruh positif terhadap Corporate Value melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Value melalui Pengungkapan CSR

Profitabilitas yang tinggi memberikan kapasitas finansial yang memadai bagi perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan CSR secara lebih luas, sehingga menciptakan citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan (Purbawangsa et al., 2019; Murnita & Putra, 2018). Pengungkapan CSR tersebut berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor mengenai komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan jangka panjang, yang mendorong minat investasi dan berdampak pada kenaikan harga saham serta Corporate Value (Wahyuni et al., 2018). Sejalan dengan pandangan Bowman dan Haire (1976), peningkatan laba mendorong perusahaan untuk memperluas pengungkapan sosial, sehingga CSR memperkuat hubungan antara profitabilitas dan Corporate Value melalui peningkatan reputasi, transparansi, dan legitimasi di mata stakeholders (Kamaliah, 2020).

H7: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Corporate Value melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh antarvariabel penelitian, yang meliputi variabel independen berupa profitabilitas dan *corporate governance*, variabel dependen berupa *Corporate Value*, serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Corporate Value*, yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan melalui harga saham. Pengukuran *Corporate Value* mengacu pada Purbawangsa et al. (2019) dengan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), di mana data harga pasar saham diambil

tiga bulan setelah tahun fiskal berakhir agar informasi akuntansi telah sepenuhnya tercermin dalam harga pasar.

Variabel independen terdiri dari *Corporate Governance* dan profitabilitas. *Corporate Governance* dipahami sebagai mekanisme pengendalian dan pengawasan perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja tanpa mengabaikan kepentingan pihak berkepentingan, dan diukur menggunakan jumlah anggota komite audit sesuai Peraturan OJK No. 55/POJK.04/2015 dan Ardianingsih (2015). Profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), yaitu perbandingan laba bersih terhadap total aset, dengan menggunakan data ROA satu periode sebelumnya ($t-1$).

Variabel intervening adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang diukur melalui *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) menggunakan metode analisis konten dengan sistem skoring dikotomis berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) 2016, di mana setiap indikator diberi nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini mencakup seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2022. Pemilihan sektor manufaktur didasarkan pada kontribusi signifikan sektor ini terhadap perekonomian nasional serta konsistensi praktik tata kelola dan pengungkapan CSR. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria perusahaan manufaktur yang terdaftar secara konsisten di BEI, menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap, serta memiliki data yang relevan terkait *Corporate Governance*, profitabilitas, pengungkapan CSR, dan *Corporate Value*.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2020–2022. Data diperoleh melalui situs resmi perusahaan, laman resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), serta Terminal Bloomberg guna memastikan keakuratan dan keterbandingan data yang digunakan dalam analisis penelitian.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel, didukung analisis statistik deskriptif. Pengujian hipotesis dilakukan setelah uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi) guna memenuhi asumsi *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), dengan uji F untuk pengaruh simultan, uji t untuk pengaruh parsial, Uji Sobel untuk peran mediasi CSR, serta *Adjusted R²* untuk mengukur kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi dan Objek Penelitian

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2022 menjadi populasi penelitian ini. Data diperoleh dari Terminal Bloomberg, situs resmi perusahaan, dan situs IDX. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang secara konsisten terdaftar di BEI, mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap, serta memiliki data yang relevan terkait *Corporate Governance*, profitabilitas, pengungkapan CSR, dan *Corporate Value*. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 108 perusahaan manufaktur

dengan 324 observasi, dan setelah penghapusan 18 data *outlier*, sampel akhir penelitian berjumlah 306 observasi.

Tabel 4. 1 Hasil Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang secara konsisten terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2022	208
2.	Perusahaan sektor manufaktur yang tidak mengungkapkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap selama periode 2020-2022.	(61)
3.	Perusahaan sektor manufaktur dan tidak menyediakan data yang lengkap serta sesuai dengan variabel penelitian	(39)
Jumlah perusahaan sektor manufaktur yang dijadikan sampel penelitian		108
Jumlah data penelitian (108 x 3)		324
Tidak lulus uji <i>outlier</i>		
a.	Data <i>outlier</i> tahun 2020	(6)
b.	Data <i>outlier</i> tahun 2021	(4)
c.	Data <i>outlier</i> tahun 2022	(8)
Total sampel penelitian setelah <i>outlier</i>		306

Sumber : Data Sekunder, Diolah (2025)

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa ROA memiliki rata-rata 0,033 (SD 0,067), CSR 0,479 (SD 0,140), dan PBV 1,716 (SD 2,036), dengan masing-masing nilai minimum dan maksimum berturut-turut -0,170 hingga 0,235, 0,162 hingga 0,816, serta 0,13 hingga 17,58 pada perusahaan manufaktur periode 2020–2022.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RETURN ON ASSETS	306	-0,170	0,235	0,033	0,067
PRICE TO BOOK VALUE	306	0,13	17,58	1,716	2,036
CSR	306	0,162	0,816	0,479	0,140
Valid N (listwise)	306				

Sumber : Data Sekunder, Diolah (2025)

Tabel 3. Hasil Analisis Distribusi Frekuensi

	Jumlah Anggota	Frekuensi	Persentase
Ukuran Komite Audit	2	1	0,33%
	3	294	96,08%
	4	11	3,59%
	Total	306	100%

Sumber : Data Sekunder, Diolah (2025)

Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa perusahaan dengan jumlah anggota komite audit sebanyak dua orang hanya terdapat pada satu perusahaan(0,33%), perusahaan yang memiliki tiga anggota komite audit berjumlah 294 (96,08%), dan perusahaan dengan jumlah anggota komite audit sebanyak empat orang tercatat pada 11 perusahaan(3,59%).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi seluruh asumsi yang dipersyaratkan, di mana residual berdistribusi normal berdasarkan uji

Kolmogorov–Smirnov dan uji Monte Carlo, tidak terdapat multikolinearitas karena nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, tidak ditemukan heteroskedastisitas berdasarkan uji Glejser dengan nilai signifikansi di atas 0,05, serta tidak terdapat autokorelasi karena nilai Durbin–Watson berada pada rentang $DU < D < 4 - DU$.

Analisis Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Corporate Governance dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Selanjutnya, Corporate Governance, profitabilitas, dan pengungkapan CSR secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Corporate Value.

2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Corporate Governance berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sementara profitabilitas tidak, dan pada model Corporate Value hanya profitabilitas yang berpengaruh signifikan sedangkan Corporate Governance dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 6. Hasil Uji Statistik T Regresi 1

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	UKURAN KOMITE AUDIT	0,237	0,089	0,152	2,654	0,008
	RETURN ON ASSETS	-0,107	0,260	-0,024	-0,412	0,681

Sumber : Data Sekunder, Diolah (2025)

Tabel 7. Hasil Uji Statistik T Regresi 2

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	UKURAN KOMITE AUDIT	0,442	0,241	0,103	1,835	0,067
	RETURN ON ASSETS	3,585	0,694	0,286	5,164	0,000
	CSR	0,267	0,153	0,097	1,745	0,082

Sumber : Data Sekunder, Diolah (2025)

3. Hasil Uji Sobel

Hasil uji sobel menunjukkan bahwa Corporate Governance tidak berpengaruh signifikan terhadap corporate value melalui pengungkapan CSR, dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap corporate value melalui pengungkapan CSR

Tabel 8. Hasil Uji Sobel

	corporate governance	Profitabilitas
a	0,237	-0,107
b	0,267	0,267
SE _a	0,089	0,260
SE _β	0,153	0,153

Sumber : Data Sekunder, Diolah (2025)

Pengaruh Corporate Governance terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hipotesis pertama (H1) menguji pengaruh *corporate governance* terhadap pengungkapan CSR. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dengan nilai signifikansi 0,008 ($< 0,05$), sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa *corporate governance* yang diproksikan melalui ukuran komite audit mendorong peningkatan pengungkapan CSR melalui fungsi pengawasan dan transparansi, sejalan dengan teori stakeholder dan teori sinyal. Hasil ini konsisten dengan Purbawangsa et al. (2019), Wulandari et al. (2021), serta Lestari, Nengsih, dan Erliyana (2024), dan mendukung teori *good corporate governance*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hipotesis kedua (H2) menguji pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan ROA terhadap pengungkapan CSR. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar $-0,412$ dengan tingkat signifikansi 0,681 ($> 0,05$), sehingga hipotesis kedua dinyatakan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas tidak menjadi faktor penentu pengungkapan CSR, yang pada dasarnya merupakan kewajiban regulatif bagi perusahaan manufaktur. Hasil ini sejalan dengan Y. R. Putri dan Yuliandhari (2020) serta Wardhani (2017), namun tidak sejalan dengan Respati dan Hadiprajitno (2015).

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Value

Hipotesis ketiga (H3) menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Corporate Value*. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,082 ($> 0,05$), sehingga pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Value* dan hipotesis ketiga dinyatakan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR belum tentu diikuti dengan peningkatan *Corporate Value* karena investor cenderung lebih memprioritaskan kinerja keuangan serta masih terdapat skeptisisme terhadap kredibilitas informasi CSR. Hasil ini sejalan dengan Nekhili et al. (2017) serta Seth dan Mahenthiran (2022), namun tidak sejalan dengan Darmastika dan Ratnadi (2019), serta belum sepenuhnya mendukung *stakeholder theory*.

Pengaruh Corporate Governance terhadap Corporate Value

Hipotesis keempat (H4) menguji pengaruh positif *corporate governance* terhadap *Corporate Value*. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,745 < 1,968$) dengan tingkat signifikansi 0,082, sehingga hipotesis keempat dinyatakan ditolak (H4 Ditolak). Temuan ini mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan lebih banyak ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia dibandingkan dengan jumlah anggota komite audit.. Hasil ini sejalan dengan Tim May, Malcolm Williams, dan Richard Wiggins (2021).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Value

Hipotesis kelima (H5) menguji pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Value*. Hasil pengujian menunjukkan, nilai t-hitung melebihi t-tabel ($5,164 > 1,968$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 sehingga hipotesis kelima dinyatakan Diterima (H5 Diterima). Temuan ini menunjukkan bahwa Tingkat profitabilitas yang tinggi juga mengindikasikan adanya prospek usaha dan peluang pertumbuhan yang menjanjikan, sehingga mampu menarik minat investor untuk menanamkan modalnya dan mendorong kenaikan harga saham sebagai cerminan peningkatan *corporate value*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Bayu Irfandi Wijaya (2015) serta Putra dan Suarmanayasa (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate value*.

Pengaruh Corporate Governance terhadap Corporate Value melalui Pengungkapan CSR

Hipotesis keenam (H6) menguji pengaruh *corporate governance* terhadap *Corporate Value* melalui pengungkapan CSR sebagai variabel intervening. Hasil uji Sobel menunjukkan nilai Z-score sebesar 1,459 dengan *P-value* 0,1442 ($> 0,05$), sehingga hipotesis keenam dinyatakan ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memediasi hubungan antara *corporate governance* dan *Corporate Value*, sejalan dengan Kamaliah (2020) dan Purbawangsa et al. (2019), serta mengindikasikan bahwa sinyal dalam pelaporan CSR belum cukup kuat memengaruhi persepsi pasar sebagaimana dijelaskan dalam *signaling theory*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Value melalui Pengungkapan CSR

Hipotesis ketujuh (H7) menguji pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Value* melalui pengungkapan CSR. Hasil uji Sobel menunjukkan nilai Z-score sebesar $-0,40$ dengan *P-value* sebesar 0,6892 yang melebihi 0,05, sehingga hipotesis ketujuh dinyatakan ditolak (H7 Ditolak). Temuan ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memediasi hubungan antara profitabilitas dan *Corporate Value*. Meskipun profitabilitas dapat menjadi sinyal positif mengenai kinerja perusahaan, pengungkapan CSR bukan faktor utama yang digunakan investor dalam menilai *Corporate Value*. Temuan ini sejalan dengan Mujiyati dan Afianto (2017) serta menunjukkan bahwa pengungkapan CSR lebih dipengaruhi oleh kewajiban regulasi dibandingkan tingkat profitabilitas perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh *corporate governance* dan profitabilitas terhadap *Corporate Value* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2022 dengan 306 observasi. Seluruh data memenuhi asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate governance* yang diproksikan melalui ukuran komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *corporate value*. Sedangkan, Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Value*, dan *corporate governance* tidak berpengaruh signifikan secara langsung. Uji Sobel menunjukkan bahwa CSR tidak memediasi pengaruh *corporate governance* maupun profitabilitas terhadap *Corporate Value*.

REFERENSI

- Abriyani, D. R., Sudarso, K. W., & Sumirat. (2012). The effect of good governance and financial performance on the corporate responsibility disclosure of telecommunication company in Indonesia. *The Indonesian Journal of Business Administration*, 1(5), 296–300.
- Al-Frijat, Y., Alshairi, M., & Abu-Rumman, A. (2024). Board competence, corporate social responsibility, and financial performance: The moderating role of stakeholder pressure. *Journal of Business Ethics*.
- Alhaddi, H. (2015). Triple Bottom Line and sustainability: A literature review. *Business and Management Studies*, 1(2), 6–10.
- Alhakim, A. (2019). Pengaruh *Price to book value* (PBV) terhadap penilaian saham. *Jurnal Akuntansi Kompetitif*, 5(2), 123–134.
- Ali, A., Cap, et al. (2020). The effect of profitability, liquidity, and firm size on cash holding. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Volume 478, Atlantis Press.

- Ardiana, E., & Chabachib, M. (2018). Analisis pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening (studi pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2016).
- Altuner, D., Çetin, R., & Karaca, S. S. (2015). Corporate governance mechanisms and firm performance: Evidence from emerging markets. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 195, 243–252. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.179>
- Anindita, & Indrasari. (2018). Analisis rasio profitabilitas dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan (Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia, 2(1), 26–38). *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*.
- Anwar, A., Sumual, C. J. E., Muliati, & Lestari, R. O. (2021). Profitabilitas dan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(1), 82–90. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i1.8609>
- Aviana, A. (2019). Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility (studi empiris perusahaan manufaktur listing di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2018) (Tesis sarjana). Universitas Brawijaya.
- Azis, D. A., Alam, S., Ikhtiari, K., & Tenriwaru. (2024). Pengaruh earning management dan struktur corporate governance terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur. *Center of Economic Students Journal*. <https://doi.org/10.56750/csej.v5i3.454>
- Bagaskara, R., & Dewayanto, T. (2018). Board size, board independence, institutional ownership, and internal control disclosure. *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), 1–11.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Fundamentals of financial management* (13th ed.). Cengage Learning.
- Brownman, R., & Haire, M. (1976). Social responsibility and corporate performance: An empirical analysis. *Academy of Management Journal*, 19(2), 257–263. <https://doi.org/10.5465/amj.1976.4428770>
- Cahyani, M. I., & Suhartini, D. (2023). Determinants of firm value: Sustainability report as a mediating variable. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 3(2). <https://doi.org/10.53067/ije3.v3i2.15>
- Carningsih, A. (2009). Pengaruh mekanisme corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 123–131.
- Daniri, M. (2014). Good Corporate Governance dan penciptaan nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis FEB*, 2(1), 1–15. (diadaptasi dalam JIMFEB, 2025).
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 118–126. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7139>
- Fama, E. F., & French, K. R. (1998). Taxes, financing decisions, and firm value. *The Journal of Finance*, 53(3), 819–843. <https://doi.org/10.1111/0022-1082.00036>
- Fauzi, A. S., Sulthon, A., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal InFestasi*, 12(1), 1–19.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2015). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ginting, Y. L. (2016). Mekanisme tata kelola dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.30872/jkin.v13i1.365>

- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). Teori akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1994). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Harningsih, S., Agustin, H., & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR dan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1(2), 199–209.
- Hartati, M., & Sukarmanto, E. (2024). Pengaruh efektivitas komite audit dan ukuran perusahaan terhadap kualitas laporan keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.29313/jra.v4i2.5259>
- Haruman, T. (2008). Pengaruh struktur kepemilikan terhadap keputusan keuangan dan nilai perusahaan. *Makalah pada Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak.
- Husaini, H., & Trinesia, M. (2020). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 93–104. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.93-104>
- Hery. (2018). Pengertian *Price to book value* (PBV): Rasio perbandingan harga pasar dan nilai buku per lembar saham. (pdf diakses dari repository akademik).
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2006). Manajemen keuangan: *Teori dan aplikasi*. BPFE Yogyakarta.
- Indriani, S. (2019). Nilai perusahaan melalui kualitas laba (good governance dan kebijakan perusahaan). Scopindo Media Pustaka.
- Iswajuni, I., Manasikana, A., & Soetedjo, S. (2018). The effect of enterprise risk management (ERM) on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange Year 2010-2013. *Asian Journal of Accounting*, 3(2), 224-235. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0006>
- Jamali, D., Sidani, Y., & Abu-Lail, N. (2010). Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field: A review and future research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 1–21. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x>
- Jusriani, I. K., & Rahardjo, S. N. (2013). Analisis pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, kebijakan utang, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009–2011). *Jurnal Akuntansi Diponegoro*, 2(2), 1–10.
- Jogiyanto, H. M. (2010). Teori portofolio dan analisis investasi (Edisi ke-7). Yogyakarta: BPFE.
- Kamailah, A. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap persepsi investor di pasar modal Indonesia. *Jurnal Manajemen & Keuangan*, 8(1), 12–22.
- Kamaliah, K. (2020). Disclosure of corporate social responsibility (CSR) and its implications on company value as a result of the impact of corporate governance and profitability. *International Journal of Law and Management*, 62(4), 339–354. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197>
- Kasmir. (2012). Analisis Laporan Keuangan (Edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers.

- Kusumawardani, I., & Sudana, I. P. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/28132/18348>
- Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). (2006). Pedoman Umum Good Corporate Governance di Indonesia.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2020). Data dampak pandemi COVID-19 terhadap perusahaan dan tenaga kerja di Indonesia. Tercatat hingga 7 April 2020.
- Krishnan, G. V., & Zhang, Z. (2019). Earnings quality attributes: predictability, persistence, and value relevance. (Artikel dirujuk melalui studi sekunder mengenai metodologi harga saham tiga bulan setelah tahun fiskal).
- Laelisneni, Era Purike, Okta Selvia Br Ginting, Nur Azizah, & Priatna Kesumah. (2022). Measuring Financial Performance Over Profitability Ratio Analysis. *Jurnal Ekonomi*, Volume 11, No. 03.
- Le, T. T. (2022). Corporate governance and stakeholder protection: Evidence from emerging markets. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(2), 123–134.
- Lonkani, R. (2018). Firm value. Dalam P. S. Hoffmann (Ed.), *Firm value: Theory and empirical evidence*. *IntechOpen*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.77342>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). Corporate governance, corporate social responsibility disclosure, and firm financial performance: The role of stakeholder legitimacy. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–55. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Mirai Management Journal. (2023). Pemisahan fungsi dewan komisaris dan dewan direksi dalam tata kelola perusahaan yang efektif. *Mirai Management*, 8(3), 329–346.
- Mulyani, I. R., & Kusumawati, R. A. (2025). Evaluasi Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham di PT Sumarecon Agung Tbk. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 21(2). <https://doi.org/10.20885/jabis.vol21.iss2.art7>
- Mustofa. (2007). Good corporate governance: Konsep, prinsip, dan implementasinya dalam perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 1–15.
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16–22. <https://doi.org/10.1108/14720700110389229>
- Nuryono, M., Wijayanti, A., & Chomsatu, Y. (2019). Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit, serta kualitas audit pada nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 199–212. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.457>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2).
- Pradana, A., & Rosiana, M. (2021). Analisis rasio profitabilitas sebagai alat ukur kinerja keuangan pada PT XYZ. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(1), 49–60.
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Adji A. R. F., & Rahayu, S. M. (2019). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and *Corporate Value* (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013–2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>
- Putra, A. (2023). Harga saham sebagai indikator persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. *Journal of Educational Study*.
- Pohan, H. T., Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2018). Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 41–52
- Rahmani, A. N. (2020). Dampak Covid-19 terhadap harga saham dan kinerja keuangan perusahaan pada emiten LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Kajian Akuntansi*, 21(2). Universitas Islam Bandung.

- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007–2010). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 99–103.
- Retnaningsih, H. (2015). Permasalahan corporate social responsibility (CSR) dalam rangka pemberdayaan masyarakat. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 6(2).
- Rezaee, Z. (2009). Corporate governance: A synthesis of theory, research, and practice.
- Rokeach, M. (1973). The Nature of Human Values. Free Press.
- Rosyid, M. F., Saraswati, E., & Ghofar, A. (2023). Firm value: CSR disclosure, risk management and good corporate governance dimensions. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 12(1). <https://doi.org/10.22219/jrak.v12i1.18731>
- Riyanta Mitra Karina, D., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37–49. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Rukmana, E., Hendri, E., & Rismansyah, R. (2020). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Akuntansi (MEDIASI)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.31851/jmediasi.v3i1.5216>
- Said, R., Zainuddin, Y. H., & Haron, H. (2009). The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies. *Social Responsibility Journal*, 5(2), 212–226. <https://doi.org/10.1108/17471110910964496>
- Saraswati, H. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap pasar saham di Indonesia. *E-Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 3(2).
- Sari, R., & Nugroho, Y. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan: Studi pada sektor manufaktur. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 10(3), 145–158.
- Siagian, F., Siregar, S. V., & Rahadian, Y. (2013). Corporate governance, reporting quality, and firm value: Evidence from Indonesia. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 3(1), 4–20. <https://doi.org/10.1108/20440831311287673>
- Siti, S. S. (2015). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(5), 1–15.
- Sugiyono. (2006). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (ed. 26). Bandung: Alfabeta.
- Suhartati, T., Warsini, S., & Sixpria, N. (2011). Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial dan praktik tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 95–105. <https://doi.org/10.32722/eb.v10i2.456>
- Sujoko, & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh struktur kepemilikan saham, leverage, faktor intern dan faktor ekstern terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 41–48.
- Sulistiyanto, & Wibisono. (2008). Good corporate governance sebagai suatu sistem pengaturan dan pengendalian perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(1).
- Sulistiyanto. (2008). Good Corporate Governance sebagai respons atas tuntutan publik terhadap praktik bisnis yang bersih dan bertanggung jawab. *Dalam Good Corporate Governance*.
- Sujoko, & Soebiantoro. (2007). Nilai perusahaan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin dari harga saham.

- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology 1982* (pp. 290–312). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: Studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Tamara, & Budiasih, I. (2020). Corporate social responsibility dan penguatan corporate governance melalui transparansi. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 22(3), 45–58.
- Tumirin. (2007). Analisis penerapan Good Corporate Governance dan nilai perusahaan. *Jurnal BETA (Bisnis, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6.
- Untung, S. (2007). Corporate Social Responsibility dan strategi bisnis berkelanjutan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, B. (2020). CSR Reports, CSR Disclosure Quality, and Corporate Reputations: A Systematic Literature Review. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 4(1), 28–55. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v4i1.166>
- Utami, E. F., Rahman, A., & Kartika, R. (2021). Corporate Social Responsibility, Financial Distress, dan Siklus Hidup Perusahaan. *Journal of Economics and Business*, 5(1), 106–116. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.289>
- Visione.co.id. (2020). Pengaruh COVID-19 pada industri manufaktur Indonesia: Beberapa upaya yang dilakukan industri manufaktur termasuk industri garmen. <https://www.m.visione.co.id/detail/1561/pengaruh-covid-19-pada-industri-manufaktur-indonesia>
- Wati, Y., Irman, M., Suharti, S., Suyono, & Renaldo, N. (2023). CSR, good corporate governance, *Corporate Value: Moderation of financial performance*. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 16(2). <https://doi.org/10.35143/jakb.v16i2.6064>
- Wardani, A. N., & Simanjuntak, G. I. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap kepuasan & kepercayaan stakeholders. *Jurnal Manajemen, Hukum dan Sosial*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/jmhs.v3i1.89>
- Widiawati. (2012). Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keputusan investasi investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0123>
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. B. P. (2015). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (kebijakan dividen dan kesempatan investasi sebagai variabel mediasi). *E-Jurnal Manajemen*, 4(12). ISSN 2302-8912.
- Wu, W., Liu, Y., Chin, T., & Zhu, W. (2020). Will green CSR enhance *Corporate Value? A perspective of signaling theory*. *Sustainability*, 12(3), 115.
- Yuliartanti. (2025). The influence of disclosure of corporate social responsibility (CSR) on firm value: Firm maturity and financial risk context. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*.
- Zarkasyi, M. W. (2008). Good corporate governance: Pada badan usaha manufaktur, perbankan, dan jasa keuangan lainnya. Bandung: Alfabeta.
- Zuleika, D. A., & Koesnugroho, Y. A. (2022). CSR sebagai moderasi hubungan GCG terhadap nilai perusahaan farmasi tahun 2018–2020. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1281–1291. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.741>