

## PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2021)

Ina Alfira Riski, Prasetyono<sup>1</sup>  
Email: [alfirariski@gmail.com](mailto:alfirariski@gmail.com)

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang, 50239, Phone +622476486851

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of corporate social responsibility on firm value with profitability as a moderating variable. Disclosure of corporate social responsibility is measured through three dimensions, namely environmental disclosure (Environmental disclosure score), social disclosure (social disclosure score) and governance disclosure (government disclosure score) then firm value is measured by price book value ratio (PBV). While profitability is proxied through Return on Assets (ROA).*

*The sample used in this study is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2017-2021 with purposive sampling nonprobability using secondary data obtained from Bloomberg. Data analysis in this study used the Partial Least Square (PLS) approach with the Structural Equation Modeling (SEM) using SMART-PLS 4 software.*

*The results of this study indicate that the Social Disclosure (Social Disclosure Score) influences firm value positively and significantly. Meanwhile, the variables Environmental Disclosure (Environmental disclosure score) and Governance (government disclosure score) have a negative and significant effect on firm value. Profitability is not able to strengthen the influence between the variables of Environmental Disclosure (Environmental disclosure score), Social Disclosure (Social disclosure score) on firm value but is able to moderate the influence of Governance (Governance disclosure score) on firm value.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Environmental Disclosure, Social Disclosure, Governance Disclosure, ROA, Firm Value.*

### PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik atau para pemegang sahamnya. Nilai Perusahaan tercermin dari harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan (Brigham & Gapenski, 1994). Nilai Perusahaan dapat dilihat dari *Price Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Ang, 1997). Penerapan *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai Perusahaan. Semakin banyak Perusahaan yang melakukan pengungkapan kegiatan sosialnya maka semakin tinggi

---

<sup>1</sup> Corresponding author

nilai perusahaannya (Gunawan & Utami, 2008). CSR merupakan sebuah gagasan di mana Perusahaan beralih pada konsep *Triple Bottom Lines* yang berfokus pada 3P yaitu, *Profit*, *People* dan *Planet* (Elkington, 1998).

Perusahaan yang menerapkan kegiatan tanggung jawab sosial diwajibkan untuk melakukan pengungkapan laporan yang biasa disebut dengan *sustainability reporting*. Laporan keberlanjutan menyajikan informasi keuangan dan non keuangan perusahaan yang menjelaskan tentang aspek ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan. Terdapat tiga komponen dalam laporan keberlanjutan antara lain, lingkungan, sosial dan tata kelola (*ESG*) (Buallay, 2019). *Environmental*, *Social* dan *Governance* (*ESG*) juga merupakan sebuah penerapan dari teori *triple bottom line*. *Environmental* dan *Social Disclosure* menjadi hal yang penting karena akan mencerminkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan secara aktual dan riil (Benlemlih et al., 2018). Ketika operasional bisnis suatu perusahaan dinilai secara lingkungan dan sosial, maka perusahaan dapat menciptakan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan. Namun, *Environmental* dan *Social Disclosure* saja tidak cukup, dibutuhkan kebijakan lainnya. Oleh karena itu, penting juga bagi perusahaan untuk menerapkan *Corporate Governance* (Kolk & Pinkse, 2010). Pengungkapan tata kelola akan mencerminkan seberapa transparan informasi yang diungkapkan (Aritonang & Harto, 2018). Transparansi akan membantu mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dengan investor (Cormier et al., 2005), sehingga pengungkapan tata kelola akan memotivasi perusahaan untuk menciptakan mekanisme tata kelola yang optimal dan akan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas menurut Kasmir (2015) merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan tingkat keuntungan dengan berbagai praktik manajemen aset yang dimiliki perusahaan sehingga profitabilitas dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan tentang prospek masa depan perusahaan, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi juga minat investor terhadap harga saham perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan (Zulaika & Sihombing, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (kinerja lingkungan, kinerja sosial dan tata kelola) terhadap nilai perusahaan (*price book value*) dan menganalisis peran profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi

## **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan teori legitimasi dan teori sinyal, manajemen berusaha untuk mengendalikan persepsi masyarakat dengan memperbaiki dan meningkatkan kinerja lingkungan perusahaan dan memberikan sinyal positif dengan melakukan *environmental disclosure*. Penelitian Pflieger et al., (2005) menunjukkan bahwa usaha – usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan beberapa keuntungan, di antaranya adalah

ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab.

H1 : kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Kinerja Sosial terhadap Nilai Perusahaan**

Kinerja sosial yang kuat mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Dengan meningkatkan reputasi perusahaan, perusahaan dapat mengurangi risiko komersial dan mendapatkan lebih banyak dukungan. Hal ini akan membawa lebih banyak investasi untuk memenuhi kemauan berbagai *stakeholder* dan meningkatkan nilai perusahaan. Melinda & Wardhani (2020) menemukan bahwa kinerja sosial secara efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H2 : Kinerja sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Tata Kelola terhadap Nilai Perusahaan**

Kinerja tata kelola perusahaan yang baik dalam laporan keberlanjutan, dapat memberi sinyal kepada investor tentang kondisi perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori pensinyalan; Pengungkapan dilakukan oleh manajer yang memiliki kepercayaan terhadap kualitas perusahaan, mengingat biaya yang akan terjadi pada pensinyalan akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki kualitas buruk (Scott-Phillips et al., 2009). Melinda & Wardhani (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kinerja tata kelola perusahaan yang baik terhadap nilai perusahaan, di mana Perusahaan yang memiliki kinerja tata kelola yang lebih tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

H3 : Tata kelola berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Peran Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dianggap sebagai perusahaan yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan para pemangku kepentingan. Hal ini terkait dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa jika perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan *stakeholder*, maka kedepannya perusahaan tidak akan menghadapi masalah dengan masyarakat karena aktivitas perusahaan akan berdampak pada menurunnya tingkat kemakmuran masyarakat. pemegang saham dan keberlanjutan perusahaan terancam. Dengan demikian, perusahaan harus memperhatikan *stakeholders* dalam setiap pengambilan keputusan manajemen karena *stakeholders* sangat mempengaruhi eksistensi suatu perusahaan (Machmuddah et al., 2020).

H4 : Profitabilitas memperkuat efek positif dalam memoderasi pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan.

### **Peran Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh Kinerja Sosial terhadap Nilai Perusahaan**

Tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi dan kinerja sosial yang diungkapkan oleh perusahaan akan mendorong perusahaan untuk memberikan sinyal positif kepada pihak

eksternal untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai lebih dibandingkan perusahaan lain. Hal ini sejalan dengan teori sinyal di mana informasi yang baik tentang kondisi Perusahaan akan mempengaruhi minat investor untuk melakukan investasi. Penelitian oleh (Machmuddah et al., 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

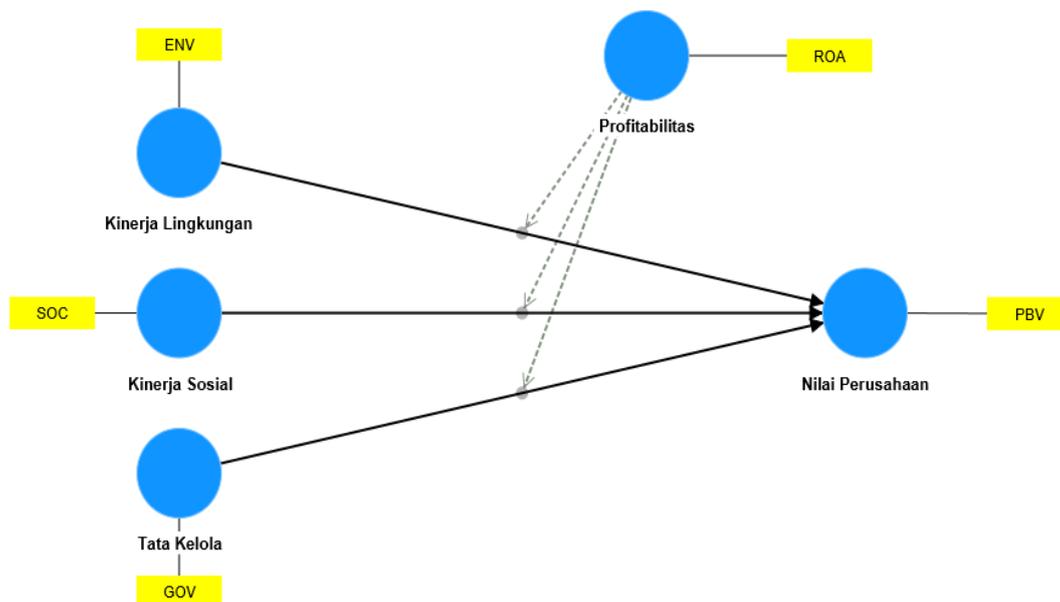
H5 : Profitabilitas memperkuat efek positif pengaruh Kinerja Sosial terhadap nilai perusahaan.

### Peran Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh Tata Kelola terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik akan mencapai tujuan perusahaan. *Forum for Good Corporate Governance in Indonesia (FCGI) (2002)* menjelaskan bahwa prinsip GCG yang diterapkan memiliki beberapa manfaat yang bisa didapatkan, salah satunya adalah mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori pensinyalan; Pengungkapan dilakukan oleh manajer yang memiliki kepercayaan terhadap kualitas perusahaan, mengingat biaya yang akan terjadi pada pensinyalan akan lebih tinggi untuk perusahaan yang memiliki kualitas buruk (Scott-Phillips et al., 2009).

H6 : Profitabilitas memperkuat efek positif pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : (Aydoğmuş et al., 2022; Machmuddah et al., 2020; Melinda & Wardhani, 2020), SMART-PLS, 2023

## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai Perusahaan yang diproksikan dengan *Price Book Value*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan Kinerja Lingkungan, Kinerja Sosial dan Tata Kelola. Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan ROA.

### Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui situs BEI dan Bloomberg. Populasi yang digunakan adalah seluruh Perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 hingga 2021. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling non probability*, sehingga Perusahaan yang ditetapkan menjadi sampel berjumlah 33 perusahaan dengan periode 5 tahun. Sehingga diperoleh data penelitian sebanyak 165 pengamatan.

### Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan pendekatan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS)*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SMART PLS 4. PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. Pengujian PLS dilakukan dengan cara uji model pengukuran dan struktural. Model pengukuran yaitu nilai *loading* antara indikator dengan masing-masing variabel laten. Evaluasi model struktural menggunakan nilai koefisien determinasi (*R-Square*) dan *p-value* yang didapat melalui prosedur *bootstrapping*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Tabel 1

Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA ((%)	143	.00	.20	.0618	.04365
Environmental Disclosure Score	143	.48	73.27	29.7085	19.04667
Social Disclosure Score	143	7.44	53.93	28.1027	11.13769
Governance Disclosure Score	143	58.40	89.86	73.8979	7.89065
PBV	143	.28	8.85	2.1727	1.64267
Valid N (listwise)	143				

Sumber : Data sekunder, diolah

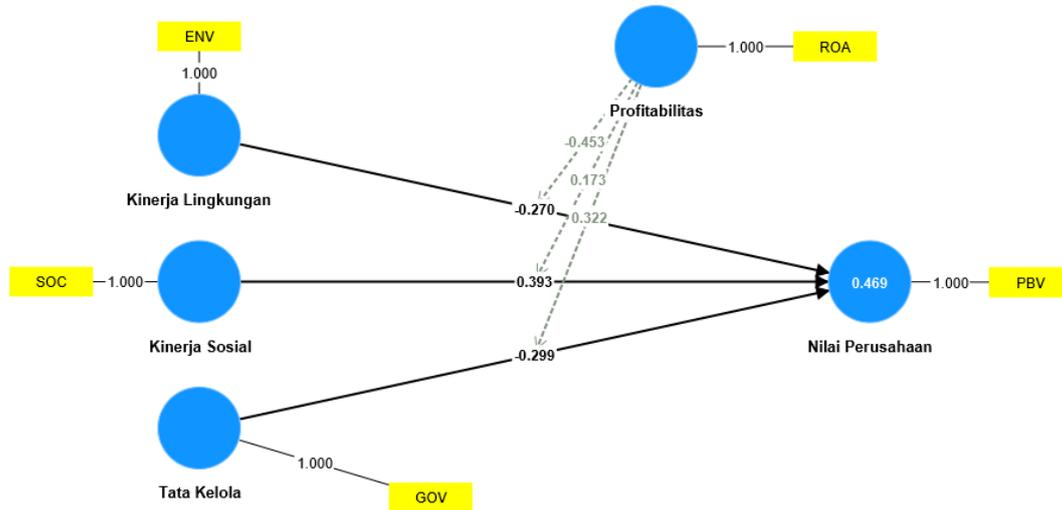
Variabel ROA memiliki rata – rata sebesar 6,18% dengan nilai standar deviasi sebesar 4,365%. Variabel *Environmental Disclosure Score* memiliki rata – rata sebesar 29.7085 dan standar deviasi sebesar 19.04667. *Social Disclosure Score* memiliki rata – rata sebesar 28.1027 dan standar deviasi sebesar 11.13769. *Governance Disclosure Score* memiliki rata – rata

sebesar 73.8979 dan standar deviasi sebesar 7.89065. PBV memiliki rata – rata sebesar 2.1727 dan standar deviasi sebesar 1.64267.

**Evaluasi Pengukuran Model**

**Gambar 2**

**Model Pengujian PLS**



Sumber : SMART-PLS, 2023

**Tabel 2**

**Hasil Pengujian *Outer Loading***

Variabel	Original sample (O)
ENV <- Kinerja Lingkungan	1.000
GOV <- Tata Kelola	1.000
PBV <- Nilai Perusahaan	1.000
ROA <- Profitabilitas	1.000
SOC <- Kinerja Sosial	1.000
Profitabilitas x Kinerja Lingkungan ->	1.000
Profitabilitas x Kinerja Lingkungan	
Profitabilitas x Kinerja Sosial -> Profitabilitas x	1.000
Kinerja Sosial	
Profitabilitas x Tata Kelola -> Profitabilitas x	1.000
Tata Kelola	

Sumber : Hasil olah data SMART-PLS,2023

Gambar dan tabel di atas, menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang diproksikan dengan *Environmental Disclosure Score* memiliki nilai *loading* 1,000. Kinerja sosial yang diproksikan dengan *Social Disclosure Score* memiliki nilai *loading* 1,000 serta tata kelola yang diproksikan dengan *Governance Disclosure Score* juga memiliki nilai *loading* sebesar 1,000. Nilai Perusahaan dengan indikator *price book value* juga memiliki nilai *loading* sebesar 1,000. Profitabilitas yang diukur dengan ROA juga memiliki nilai *loading* sebesar 1,000. Dapat disimpulkan bahwa nilai *loading* melebihi 0,50 sehingga model diterima.

Tabel 3

Hasil Pengujian *Outer* Multikolinier

Variabel	VIF
ENV	1.000
GOV	1.000
PBV	1.000
ROA	1.000
SOC	1.000
Profitabilitas x Kinerja Lingkungan	1.000
Profitabilitas x Kinerja Sosial	1.000
Profitabilitas x Tata Kelola	1.000

Sumber : Hasil olah data SMART-PLS, 2023

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai VIF dari semua variabel berada di bawah 5 yang artinya tidak menunjukkan adanya multikolinier pada *outer model*.

## Evaluasi Model Struktural

Tabel 4

*R Square*

Variabel Dependen	R-square	R-square adjusted
Nilai Perusahaan	0.469	0.441

Sumber : Hasil olah data SMART-PLS, 2023

Tabel di atas menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* untuk konstruk nilai Perusahaan sebesar 0,441 yang berarti bahwa variabel kinerja lingkungan, kinerja sosial dan tata kelola mampu menjelaskan varians nilai Perusahaan (*price book value*) sebesar 44,1%.

Tabel 5

Hasil Pengujian *Inner* Multikolinier

Variabel	VIF
Kinerja Lingkungan -> Nilai Perusahaan	1.901
Kinerja Sosial -> Nilai Perusahaan	1.849
Tata Kelola -> Nilai Perusahaan	1.617
Profitabilitas x Kinerja Lingkungan -> Nilai Perusahaan	2.158
Profitabilitas x Kinerja Sosial -> Nilai Perusahaan	2.169
Profitabilitas x Tata Kelola -> Nilai Perusahaan	1.763

Sumber : Hasil olah data SMART-PLS, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel kurang dari 5, hal ini berarti bahwa tidak ada gejala multikolinier pada model struktural.

## Pengujian Hipotesis

**Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis *Path Coefficients***

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	f square
Kinerja Lingkungan -> Nilai Perusahaan	-0.270	3.153	0.002	0.072
Kinerja Sosial -> Nilai Perusahaan	0.393	4.970	0.000	0.157
Tata Kelola -> Nilai Perusahaan	-0.299	2.882	0.004	0.104
Profitabilitas x Kinerja Lingkungan -> Nilai Perusahaan	-0.453	4.282	0.000	0.190
Profitabilitas x Kinerja Sosial -> Nilai Perusahaan	0.173	1.934	0.053	0.034
Profitabilitas x Tata Kelola -> Nilai Perusahaan	0.322	2.849	0.004	0.108

Sumber : Hasil Olah Data SMART-PLS, 2023

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, terlihat bahwa variabel kinerja lingkungan sampai dengan variabel moderasi Profitabilitas x Tata Kelola -> Nilai Perusahaan memiliki nilai t statistik lebih dari 1,96. *P value* untuk semua variabel kurang dari 0,05 tetapi hanya variabel Profitabilitas x Kinerja Sosial -> Nilai Perusahaan yang memiliki *p value* lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa :

### 1. Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *p value* sebesar 0,002 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan original sampel bernilai -0,270. Dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan oleh karena itu, H1 tidak terbukti. Kinerja lingkungan tidak mampu memberikan sinyal positif pada investor atau pihak eksternal sehingga hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori sinyal. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan teori *stakeholder* di mana menurut teori *stakeholder* pengungkapan keberlanjutan akan memenuhi harapan bagi para *stakeholder* dengan memberikan beragam informasi yang dibutuhkan dan memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Constantinescu, 2021; Afifah et al., 2021); Aydoğmuş et al., 2022).

### 2. Kinerja sosial berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *p value* sebesar 0,000 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan original sampel bernilai 0,393. Dapat disimpulkan bahwa kinerja sosial berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan sehingga H2 terbukti. Pengungkapan keberlanjutan sosial dapat memberikan sinyal yang positif kepada para investor atau pihak eksternal guna meningkatkan nilai perusahaan sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan *signaling theory*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Melinda & Wardhani, 2020; Aydoğmuş et al., 2022). Perusahaan yang memiliki nilai kinerja sosial yang baik menandakan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya (Melinda & Wardhani, 2020).

### 3. Tata Kelola berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa dengan *p value* sebesar 0,004 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan orginial sampel bernilai -0,299. Dapat disimpulkan bahwa tata kelola berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan oleh karena itu, H3 tidak terbukti. Tingginya nilai rata – rata tata kelola tidak mencerminkan kinerja tata kelola dengan baik dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sehingga tata kelola tidak mampu memberikan sinyal yang positif kepada investor dan pihak eksternal, hasil ini tidak sesuai dengan teori sinyal. Tidak adanya relevansi atas penilaian kinerja tata kelola terhadap nilai perusahaan dalam konteks penerapan laporan keberlanjutan. Namun tata kelola yang dilakukan dengan baik akan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Jeanice & Kim, 2023).

### 4. Profitabilitas memperkuat efek positif kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *p value* sebesar 0,000 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan orginial sampel bernilai -0,453. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memperlemah pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai Perusahaan, oleh karena itu H4 tidak terbukti. kinerja lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan masih jauh dari yang diharapkan untuk memenuhi kriteria kinerja lingkungan yang baik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2018) dan Rahmantari (2020) di mana perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi tetapi anggaran yang digunakan untuk melakukan kegiatan CSR masih rendah.

### 5. Profitabilitas memperkuat efek positif pengaruh kinerja sosial terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *p value* sebesar 0,053 di mana nilai tersebut lebih dari 0,05 dan orginial sampel bernilai 0,173. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja sosial terhadap nilai Perusahaan. Profitabilitas yang tinggi tidak menjamin adanya peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan karena, saat perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan akan berpikir untuk mengungkapkan hal – hal yang dianggap mengganggu informasi tentang suksesnya laporan keuangan (Kusumadilaga, 2010).

### 6. Profitabilitas memperkuat efek positif pengaruh tata kelola terhadap nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *p value* sebesar 0,004 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan orginial sampel bernilai 0,322. Dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas memperkuat efek positif pengaruh tata kelola terhadap nilai Perusahaan sehingga H6 terbukti. Perusahaan yang memiliki kinerja tata kelola yang baik cenderung memiliki nilai Perusahaan yang lebih tinggi sehingga profitabilitas pun semakin tinggi (Melinda & Wardhani, 2020). Berdasarkan teori pemangku kepentingan, di mana jika keinginan para pemangku kepentingan terpenuhi maka dapat menghasilkan hubungan yang baik antara pemangku kepentingan dan Perusahaan. Hubungan yang baik akan membuat Perusahaan mencapai keberlanjutan. Dengan menunjukkan kinerja tata kelola yang baik dalam laporan keberlanjutannya dapat memberikan sinyal yang positif kepada investor tentang kondisi Perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori pensinyalan.

## KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kinerja lingkungan berpengaruh negatif signifikan, kinerja sosial berpengaruh positif signifikan dan tata kelola berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Untuk variabel moderasi, profitabilitas memperlemah pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai Perusahaan dan tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja sosial terhadap nilai Perusahaan tetapi profitabilitas memperkuat efek positif tata kelola terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang pertama tingkat *adjusted R<sup>2</sup>* hanya 44,1% saja yang berarti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas dan 55,9% nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Kedua, dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja lingkungan dan kinerja sosial terhadap nilai Perusahaan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, terdapat beberapa saran. Pertama, bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel penelitian agar dapat meningkatkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* seperti reputasi Perusahaan (Afifah et al., 2021). Kedua, bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi hubungan kinerja lingkungan, kinerja sosial dan tata kelola terhadap nilai Perusahaan seperti *leverage* (Puspaningrum, 2017) dan GCG (Firmansyah et al., 2019). Berdasarkan hasil pengujian, disarankan kepada perusahaan untuk berusaha memaksimalkan pengungkapan sosial agar dapat meningkatkan nilai perusahaan serta menarik investor baru. Selain itu, Perusahaan juga dapat memperhatikan kinerja tata kelola agar dilakukan dengan baik sehingga akan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan.

## REFERENSI

- Afifah, N., Astuti, W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*.
- Ang, R. (1997). *Ang, R. (1997). Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (The Intelligent Guide to Indonesia Capital Market)*. Mediasoft Indonesia.
- Aritonang, F. A., & Harto, P. (2018). The Influence of Environmental, Social And Governance (ESG) Disclosure On Firm Risk (Empirical Study on Non-Financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange). *Doctoral Disertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*.
- Aydoğmuş, M., Gülay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. *Borsa Istanbul Review*, 22, S119–S127.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.11.006>
- Benlemlih, M., Shaukat, A., Qiu, Y., & Trojanowski, G. (2018). Environmental and Social Disclosures and Firm Risk. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 613–626.  
<http://www.jstor.org/stable/45022759>
- Brigham, E. F., & Gapenski, L. C. (1994). *Financial Management: Theory and Practice*. Dryden Press. <https://books.google.co.id/books?id=bJ4IKLUmUXUC>

- Buallay, A. (2019). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 98–115. <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2017-0149>
- Constantinescu, D. (2021). Sustainability disclosure and its impact on firm's value for Energy and Healthcare industry. *Central European Economic Journal*, 8, 313–329. <https://doi.org/10.2478/ceej-2021-0022>
- Cormier, D., Magnan, M., & Van Velthoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large German companies: Economic incentives, public pressures or institutional conditions? *European Accounting Review*, 14(1), 3–39. <https://doi.org/10.1080/0963818042000339617>
- Elkington, J. (1998). Accounting For The Triple Bottom Line. *Measuring Business Excellence*, 2(3), 18–22. <https://doi.org/10.1108/eb025539>
- Firmansyah, D., Surasni, K., & Pancawati, S. (2019). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi*, 30(1).
- Gunawan, & Utami. (2008). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2).
- Jeanice, & Kim, S. S. (2023). Pengaruh Penerapan Environmentan, Social, and Governance Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2).
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo.
- Kolk, A., & Pinkse, J. (2010). The integration of corporate governance in corporate social responsibility disclosures. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(1), 15–26. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:wly:corsem:v:17:y:2010:i:1:p:15-26>
- Kusumadilaga, R. (2010). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*.
- Machmuddah, Z., SARI, D., & UTOMO, S. (2020). Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7, 631–638. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.631>
- Melinda, A., & Wardhani, R. (2020). The Effect of Environmental, Social, Governance, and Controversies on Firms' Value: Evidence from Asia. In W. A. Barnett & B. S. Sergi (Eds.), *Advanced Issues in the Economics of Emerging Markets* (Vol. 27, pp. 147–173). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620200000027011>
- Pflieger, J., Fischer, M., Kupfer, T., & Eyerer, P. (2005). The contribution of life cycle assessment to global sustainability reporting of organizations. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 16(2), 167–179. <https://doi.org/10.1108/14777830510583182>

- Rahmantari, N. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ganec Swara*, 15(1).
- Scott-Phillips, T. C., Kirby, S., & Ritchie, G. R. S. (2009). Signalling signalhood and the emergence of communication. *Cognition*, 113(2), 226–233.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cognition.2009.08.009>
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109–117. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2371>
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(2), 135–165.