

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PEMERINGKAT CGPI PERIODE TAHUN
2018 – 2021)**

¹Bernadetta Devina, ² Jacobus Widiatmoko, ³MG. Kentris Indarti

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang

bernadettadevinadwiratnasari@mhs.unisbank.ac.id, ¹

jwidiatmoko@edu.unisbank.ac.id, ²

kentris@edu.unisbank.ac.id ³

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility and Corporate Governance with leverage, profitability, and firm size as control variables on firm value. Corporate Social Responsibility is measured by GRI G.4 for 2018-2020 and GRI Standard for 2021. Corporate Governance is proxied by the Corporate Governance Perception Index (CGPI) score. Sampling used a purposive sampling method and produced 100 selected samples. The data in this research is in the form of secondary data taken from the annual financial reports of companies listed in the CGPI rating for the period 2018 – 2021. Data analysis using descriptive analysis and multiple linear regression analysis with the results of the research show Corporate Governance has a positive and significant effect on firm value, while Corporate Social Responsibility has no effect on firm value. Tests on the control variable leverage have a positive and significant effect, while profitability and firm size have a positive but not significant effect on firm value.

Keywords: Firm Value, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, CGPI, Leverage, Profitability, Firm Size

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* dan *Corporate Governance* dengan *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terhadap Nilai Perusahaan. *Corporate Social Responsibility* diukur dengan GRI G.4 untuk tahun 2018-2020 dan GRI Standar untuk tahun 2021. *Corporate Governance* diproksikan dengan *Skor Corporate Governance Perception Indeks* (CGPI). Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan menghasilkan 100 sampel terpilih. Data dalam penelitian berupa data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar dalam pemeringkat CGPI periode 2018 – 2021. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan hasil penelitian menunjukkan *Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengujian terhadap variabel kontrol *leverage* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Governance*, CGPI, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan yang telah *go public* berusaha meningkatkan kinerjanya sebagai bentuk tanda sinyal yang positif bagi para investor. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat berupa pelayanan yang mampu memuaskan pelanggan, memberi kenyamanan bagi investor untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan. Namun untuk mengetahui apakah ada peningkatan nilai perusahaan dimata investor dan masyarakat hal ini dapat dilihat dari harga saham perusahaan (Marlyanti et al., 2015).

Nilai perusahaan merupakan penilaian para pemegang saham pada keberhasilan perusahaan yang erat hubungannya terhadap harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Rahayu & Sari, 2018). Keberadaan pemegang saham dan peranan manajemen sangat penting dalam menentukan besar keuntungan dan kemakmuran yang diperoleh nantinya oleh perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan akan diikuti dengan meningkatnya kemakmuran pemegang saham. Suatu harga pasar saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan.

Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu tinggi rendahnya nilai perusahaan itu sendiri. Fenomena ini pernah terjadi di Indonesia ketika krisis ekonomi global, dimana pasar modal Indonesia harga saham keseluruhan perusahaan yang terdaftar mengalami penurunan. Hal tersebut mengakibatkan banyak pemegang saham melepaskan sahamnya karena takut kerugian yang besar. Dampak terhadap perusahaan yaitu penurunan nilai perusahaan jika diamati dengan kemakmuran pemegang saham yang dapat diukur dengan melalui harga saham perusahaan di pasar modal. Hal ini tercermin dengan penurunan laba perusahaan hingga mungkin terjadi kerugian perusahaan yang mengakibatkan kerugian terhadap pemegang saham, dampak lain terjadinya pemutusan hubungan kerja dengan para pekerja (Saputra, 2015).

Berbagai penelitian menyimpulkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Salah satu faktor tersebut adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Rosidah (2018:224), *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial) adalah suatu gagasan bahwa organisasi, terutama perusahaan, memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap semua pihak yang berkepentingan, termasuk konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam semua aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR dapat dianggap sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan melalui pengelolaan dampaknya (mengurangi dampak negatif dan meningkatkan dampak positif) terhadap semua pihak yang berkepentingan (Fiadicha & Rahmawati, 2016).

Perusahaan yang melakukan CSR secara tidak langsung akan memperoleh manfaat. Hal ini bisa dilihat dari terbangunnya hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat, terciptanya lingkungan hidup yang baik disekitar perusahaan, dan terjaganya kelestarian sumber daya alam yang dapat menjadi sumber keberlangsungan bisnis perusahaan. Pengukuran pengungkapan CSR dapat menggunakan indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI). GRI adalah sebuah jaringan berbasis informasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Loekito & Setiawati, 2021).

Selain *Corporate Social Responsibility*, faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yakni *Corporate Governance* (tata kelola perusahaan). *Corporate Governance* yang baik memiliki hubungan yang erat dengan CSR, keduanya seperti dua sisi mata uang karena memiliki posisi kuat di dunia bisnis tetapi saling berhubungan. CSR berorientasi kepada para pemangku kepentingan ini sejalan dengan salah satu prinsip dari

empat prinsip utama *Corporate Governance* yang baik yaitu tanggung jawab sosial (Khasanah & Sucipto, 2020).

Menurut FCGI (*Forum for Corporate in Indonesia*) dalam publikasinya yang mempergunakan definisi dari *Cadbury Comitte* dari *United Kingdom* tahun 1992, *Corporate Governance* yaitu seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus perusahaan, pihak kreditur, pemerintah karyawan serta para pemegang saham kepentingan intern dan kepentingan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. di samping itu FCGI juga menjelaskan, bahwa tujuan dari tata kelola perusahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Salah satu pengukuran *Corporate Governance* dengan menggunakan skor *Corporate Governance Perception Indeks* (CGPI). CGPI merupakan sebuah program penelitian dan penilaian implementasi tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia. Program CGPI ini telah berjalan sejak tahun 2001 dengan dasar pemikiran pentingnya mengetahui sejauh mana perusahaan-perusahaan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan. Aspek penilaian pada CGPI 2021 mencakup struktur tata kelola (*governance structure*), proses tata kelola (*governance process*), dan hasil tata kelola (*governance outcome*) yang dijabarkan dalam beberapa indikator menggunakan perspektif pemangku kepentingan (*stakeholder*). Perusahaan yang ikut serta dalam CGPI bersifat sukarela dan melibatkan peran aktif perusahaan bersama seluruh *stakeholder* dalam memenuhi tahapan pelaksanaan program CGPI.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian khususnya variabel *Corporate Social Responsibility* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi hasil yang diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak sama. Penelitian yang dilakukan oleh Marlyanti et al., (2015), Melanie & Wahidahwati (2017), Desita & Iwan (2020), Lestari & Zulaikha (2021), dan Labibah (2022), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan profitabilitas (laba perusahaan) yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Namun sebaliknya, Fiadicha & Rahmawati (2016), Susilawati (2019), Khasanah & Sucipto (2020), Loekito & Setiawati (2021), dan Irmalasari et al., (2022) menunjukkan hasil yang inkonsisten bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu terkait variabel *Corporate Governance* yang dilakukan oleh Melanie & Wahidahwati (2017), Evelyn & Christiawan (2017), Adhiprasetya & Zulaikha (2019), dan Susilawati (2019) menunjukkan bahwa *Corporate Governance* yang diproksikan

Corporate Governance dengan skor CGPI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya *Corporate Governance* dengan skor CGPI yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan pada umumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Aurellia & Christiawan (2017), Kamluddin (2018), dan Desita & Setiadi (2020) menunjukkan sebaliknya, bahwa *Corporate Governance* yang diproksikan dengan skor CGPI tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penjelasan *Corporate Governance* tidak selalu sejalan dengan penjelasan teoritis, hal ini menunjukkan *Corporate Governance* tidak selalu berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Karakteristik perusahaan sebagai penentu dari nilai perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan ketepatan hasil penelitian sehingga nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* saling berhubungan erat. Karakteristik perusahaan yang digunakan sebagai variabel kontrol pada penelitian ini yaitu *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan karakteristik perusahaan yaitu penelitian oleh Melanie & Wahidahwati (2017), Susilawati (2019), dan Irmalasari et al., (2022) bahwa *leverage* sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian Evelyn & Christiawan (2017) dimana *leverage* sebagai variabel kontrol berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel kontrol berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan berdasarkan penelitian Susilawati (2019), Loekito & Setiawati, (2021) dan Khasanah & Sucipto, (2020). Penelitian Melanie & Wahidahwati (2017), Aurellia & Christiawan (2017), Susilawati (2019) dan Irmalasari et al., (2022) bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Evelyn & Christiawan (2017) yakni ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Melihat beberapa penelitian yang telah dilakukan di atas menunjukkan hasil yang berbeda, hal tersebut mendorong peneliti melakukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*. Penelitian ini akan menguji dua variabel tersebut mengenai bagaimana pengaruhnya terhadap nilai perusahaan apakah berpengaruh positif, berpengaruh negatif atau bahkan tidak berpengaruh sama sekali terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan variabel *leverage*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar dalam peringkat *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) yang diberikan oleh *Indonesian Institute of Corporate Governance* (IICG) untuk tahun 2018 hingga 2021 sebagai sampel.

LANDASAN TEORI Teori Agensi

Teori ini menjelaskan hubungan antara pemilik (*principal*) yang mendanai perusahaan agar perusahaan dapat berjalan dengan yang mengelola perusahaan (*agent*). Konsep teori keagenan (*agency theory*) menurut Supriyono (2018: 63) yaitu hubungan kontraktual antara *principal* dan agen. Hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana *principal* memberi wewenang kepada agen mengenai pembuatan keputusan yang terbaik bagi *principal* dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban, termasuk beban pajak dengan melakukan penghindaran pajak.

Ide dasar pengelolaan *agency theory* memberikan cara pandang baru mengenai *Corporate Governance*. Perusahaan ditunjukkan sebagai suatu hubungan kerja sama antara prinsipal (pemegang saham atau pemilik perusahaan) dan agen (manajemen). Adanya *vested interest* manajemen mengakibatkan perlunya proses *check and balance* untuk mengurangi kemungkinan penyalahgunaan kekuasaan oleh manajemen. Mekanisme yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menerapkan *Good Corporate Governance* (Hamdani, 2016).

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat (Fathoni et al., 2016). Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Sari, 2013).

Dalam teori legitimasi, perusahaan harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini seringkali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) *Corporate Social Responsibility* dalam laporan perusahaan. Organisasi dapat menggunakan *disclosure* untuk mendemonstrasikan perhatian manajemen akan nilai sosial, atau untuk mengarahkan kembali perhatian komunitas akan keberadaan pengaruh negatif aktifitas organisasi.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menunjukkan kondisi perusahaan bagaimana kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan pemiliknya. Oleh karena hal tersebut nilai perusahaan merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan oleh investor dan calon investor. Baik investor maupun calon investor sering mengaitkan nilai perusahaan dengan harga saham perusahaan. Harga saham dengan nilai perusahaan seperti memiliki hubungan yang searah karena jika harga saham tinggi maka nilai perusahaan tinggi begitu juga sebaliknya. Nilai perusahaan merupakan sebuah nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan dilihat dari sudut pandang beberapa pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai sebuah perusahaan dari harga sahamnya. Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham dan itu juga yang diinginkan pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Susilawati, 2019).

Corporate Social Responsibility
Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menurut Said (2018:23) merupakan upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*Partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu memproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.

Menurut Nurlala (2019:11) *Corporate Social Responsibility* bisa dikatakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Menurut Hardiningsih et al., (2019) CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan ketika perusahaan melakukan aktivitas CSR cukup tinggi yang ditunjukkan dengan transparansi pengungkapan CSR cukup memadai, sehingga citra perusahaan menjadi semakin baik. Hal ini akan berdampak pada investor dalam mempertimbangkan pelaporan tahunan yang mengandung CSR dapat mempengaruhi *goodwill* atau reputasi perusahaan sehingga nilai perusahaan pun juga semakin tinggi.

Corporate Governance

Corporate Governance menggambarkan legitimasi, akuntabilitas, dan kompetensi dalam kebijakan dan penyampaian layanan dengan tetap menghormati hukum dan hak asasi manusia (Komaruddin & Yudo 2009). Dengan adanya *Good Corporate Governance* kinerja perusahaan menjadi jauh lebih efisien sehingga perusahaan berpeluang menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Dengan kata lain *Good Corporate Governance* berfungsi untuk menekan atau menurunkan biaya keagenan (*agency Cost*) dan meningkatkan kinerja perusahaan (Indarti & Lusi, 2013). Kinerja keuangan yang baik mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Corporate Governance menetapkan kerangka kerja untuk efisiensi, kejujuran, transparansi, dan akuntabilitas dan atribut ini membantu pengembalian laba dan dividen yang sesuai untuk investasi yang dilakukan oleh pemasok keuangan perusahaan (Widiatmoko et al, 2020). Adanya penerapan mekanisme *corporate governance* seperti investor institusional diharapkan dengan adanya *monitoring* dan pengendalian dari investor institusional, proporsi dewan komisaris independen yang besar, adanya komite audit yang bertanggung jawab untuk mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, dan mengamati sistem pengendalian internal dapat mencegah terjadinya manipulasi penyajian laporan keuangan sehingga para investor lebih meyakini keakuratan profitabilitas dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Srimindarti et al., 2017).

Pengembangan Hipotesis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility adalah wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dalam menjalankan operasional perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan ini dituangkan dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam teori legitimasi perusahaan, pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial ini akan menjamin kelangsungan perusahaan tersebut. Informasi yang diungkapkan ini memberikan manfaat bagi perusahaan, seperti meningkatnya minat konsumen terhadap produk perusahaan. Selain itu, manfaat lainnya adalah minat investor yang lebih tinggi karena perusahaan ini memiliki etika yang baik dan peduli terhadap lingkungan sekitar. Ketika investor menerima pengungkapan CSR perusahaan dan tertarik untuk berinvestasi, ini akan menyebabkan kenaikan harga saham. Kenaikan harga saham ini akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.

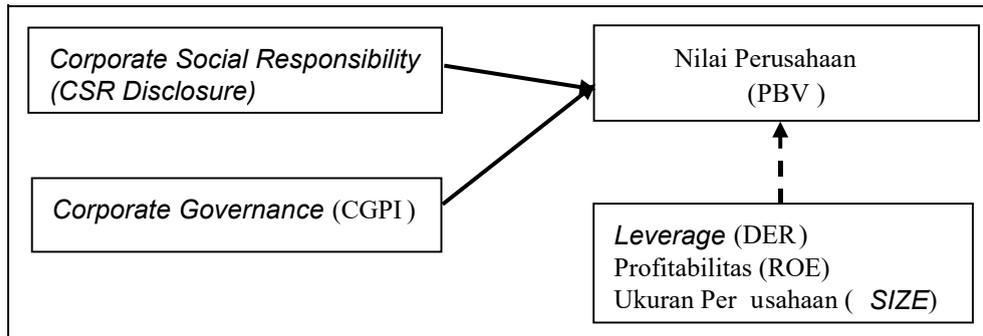
Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang sejalan dengan pernyataan diatas. Penelitian tersebut dilakukan oleh Marlyanti et al., (2015), Melanie & Wahidahwati (2017), Desita & Setiadi (2020), Widiatmoko (2020), Lestari & Zulaikha (2021), dan Labibah (2022), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan argumentasi antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan, maka hipotesis pertama adalah :

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Bank Dunia (*World Bank*) dalam Effendi (2016), pengertian *Good Corporate Governance* (GCG) adalah kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. Karena itulah, implementasi tata kelola perusahaan yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dengan adanya tata kelola perusahaan yang efektif diharapkan perusahaan tersebut dapat mencapai kinerja yang lebih baik sehingga dapat memberikan keuntungan kepada pemegang saham. Ketika tata kelola perusahaan itu baik, perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari pemegang saham bahwa investasi yang mereka berikan akan digunakan dengan benar dan efisien yang tentunya akan berdampak pada nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang sejalan dengan pernyataan diatas. Penelitian tersebut dilakukan oleh Melanie & Wahidahwati (2017), Evelyn & Christiawan (2017), Adhiprasetya & Zulaikha (2019), dan Susilawati (2019) menunjukkan bahwa *Corporate Governance* yang diprosikan dengan skor CGPI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan argumentasi antara *Corporate Governance* dengan nilai perusahaan, maka hipotesis kedua adalah : **H2 : *Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.**



Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan melalui hasil penelitian sebelumnya. Populasi penelitian ini yaitu perusahaan yang tergabung dalam *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) dan mendapat pemeringkatan dalam CGPI selama periode 2018-2021. Teknik *sampling* pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan total sampel yaitu 100 data observasi dari jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sampel pada tahun 2018 sebanyak 28 perusahaan, tahun 2019 sebanyak 24 perusahaan, tahun 2020 sebanyak 24 perusahaan, dan tahun 2021 sebanyak 24 perusahaan. Adapun kriteria pengambilan sampel disajikan pada tabel 1.

Sumber data *Corporate Social Responsibility* diambil dari laporan tahunan perusahaan, sedangkan data *Corporate Governance* berupa skor CGPI yang bersumber dari Inisiasi *The Institute for Corporate Governance* yang diambil dari (<https://iicg.org/wp/>) dan majalah SWA yang diambil dari (www.swa.co.id).

Tabel 1. Kriteria Sampel

Keterangan	Jumlah			
	2018	2019	2020	2021
Data perusahaan yang terdaftar dalam pemeringkatan CGPI pada periode 2018-2021	35	29	32	34
Perusahaan yang terdaftar dalam pemeringkatan CGPI yang tidak mencantumkan Laporan Tahunan dan keberlanjutan pada periode 2018-2021	(7)	(5)	(7)	(9)
Perusahaan peraih CGPI yang tidak mencantumkan Laporan Keuangan pada Periode 2018-2021	0	0	(1)	(1)
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap berkaitan dengan variabel yang dilakukan peneliti selama periode penelitian tahun 2018 – 2021	0	0	0	0
Jumlah	28	24	24	24
Total Sampel		100		

Sumber: Data dari berbagai sumber, 2022

Pada metode analisis regresi linier berganda jumlah variabel independennya lebih dari satu. Model regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan berikut :

$$PBV = \beta_0 + \beta_1 CSR_{D1} + \beta_2 CGPI_2 + \beta_3 DER_3 + \beta_4 ROE_4 + \beta_5 SIZE_5 + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

β_0	: Konstanta	ROE	: Profitabilitas
PBV	: Nilai Perusahaan	SIZE	: Ukuran Perusahaan
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>		
CGPI	: <i>Corporate Governance</i>	$\beta_1 - \beta_5$: Koefisien Regresi
DER	: <i>Leverage</i>	ε_{it}	: Standar Error

Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independennya adalah *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance*. Penelitian ini menggunakan *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Definisi dan pengukuran variabel disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Definisi dan Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Definisi	Pengukuran
1.	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan sebuah perusahaan nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan per lembar	$Book\ Value = \frac{Total\ Ekuitas}{Total\ Lembar\ Saham}$: <i>Harga</i>
2.	<i>Social Responsibility</i>	merupakan upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Yang dapat meningkatkan nilai perusahaan ketika perusahaan melakukan aktivitas CSR cukup tinggi sehingga citra perusahaan menjadi semakin baik.	$j : N_j$ $\sum X_{ij}$ = Jumlah skor item yang diperoleh masing-masing perusahaan. N_j = Jumlah item maksimal untuk perusahaan j (Said, 2018:23; Hardiningsih et al., 2019)
3.	<i>Corporate Governance</i>	<i>Corporate Governance</i> menggambarkan legitimasi, akuntabilitas, dan kompetensi dalam kebijakan dan penyampaian layanan dengan tetap menghormati hukum dan	Skor CGPI Sangat Terpercaya: 85-100 Terpercaya: 70-85 Cukup Terpercaya: 55-

70 hak asasi manusia yang berfungsi untuk menekan atau menurunkan biaya keagenan dan meningkatkan (Komaruddin, & Yudo, 2009; nilai perusahaan. Indarti & Lusi, 2013; Widiatmoko et al, 2020:).

-
4. **Leverage** *Leverage* merupakan rasio dalam $DER : \frac{Total\ Liability}{Total\ Equity}$ (DER) mengukur tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang yang digunakan untuk membiayai kegiatan (Fatimah & Widiatmoko, 2022; operasionalnya. (Indiarti & Widiatmoko, 2021)
-
5. **Profitabilitas** Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba seluruh jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. $ROE : \frac{Net\ Profit\ After\ Tax}{Total\ Equity}$ (Latifah & Widiatmoko, 2022; Indiarti & Widiatmoko, 2021)
-
6. **Ukuran** Ukuran perusahaan merupakan luasnya lingkup perusahaan yang mencakup jumlah karyawan, penjualan, atau total aset. $Firm\ Size = Ln(Total\ Asset)$ (Harijanto & Widiatmoko, 2023; Khafid & Lestari, 2021)
-

Sumber : Data dari berbagai sumber, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas) dan analisis regresi berganda dengan bantuan *software* IBM SPSS 25. Dasar pengambilan keputusan adalah menerima hipotesis jika tingkat signifikansinya di bawah 0,05 atau 5%.

Tabel 3. Hasil Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	100	13,10	321,13	126,9699	82,81737
CSR Disclosure	100	0,55	0,91	0,7180	0,07497
CGPI	100	68,80	98,60	86,8809	5,54820
DER	100	0,04	17,07	3,7208	3,71188
ROE	100	-0,22	0,54	0,0841	0,10590
SIZE	100	14,39	21,12	17,6979	1,43876
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Output spss 2022

Berdasarkan tabel 3 hasil statistika deskriptif menunjukkan semua variabel yaitu Nilai Perusahaan (PBV), pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR Disclosure), *Corporate Governance* (CGPI), *Leverage* (DER), Profitabilitas (ROE), dan Ukuran

Perusahaan (*SIZE*) menunjukkan bahwa nilai rata-ratanya lebih besar dari standar deviasinya sehingga nilai varian semua variabel tersebut digolongkan rendah dan sebaran pada variabel ini tidak ada kesenjangan yang cukup besar artinya data dalam model penelitian memiliki penyebaran yang baik.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized		t	Sig.	Collinearity Statistics		Heteroscedasticity	
	oefficients				Tolerance	VIF	t	Sig.
	B	Std. Error						
(Constant)	-283,131	214,218	-1,322	0,190			-1,270	0,208
CSR Disclosure	-60,857	129,988	-0,468	0,641	0,909	1,100	-0,209	0,835
CGPI	4,087	1,816	2,251	0,027	0,838	1,193	1,117	0,268
DER	-5,433	3,074	-1,767	0,081	0,881	1,135	-3,435	0,110
ROE	139,088	117,460	1,184	0,240	0,849	1,178	2,008	0,148
<u>SIZE</u>	<u>5,529</u>	<u>6,491</u>	<u>0,852</u>	<u>0,397</u>	<u>0,842</u>	<u>1,188</u>	<u>1,963</u>	<u>0,053</u>
<u>Z skewness</u>								<u>1,25</u>
Adjusted R Square								0,109
Durbin-Watson								<u>1,528</u>
F Statistic								<u>2,900</u>
Sig.								<u>0,019</u>

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4 hasil uji normalitas diperoleh nilai skewnes $1,25 < 1,96$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Berdasarkan tabel 4 hasil uji multikolinearitas menunjukkan setiap variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,528. Nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh dibandingkan dengan nilai tabel, hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut terletak diantara $dL < d < dU$ yaitu $1,507 < 1,528 < 1,771$. Hasil uji heteroskedastisitas memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

Koefisien determinasi pada tabel 4 menunjukkan nilai *Adjust R Square* sebesar 0,109 yang berarti bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan GRI G.4 dan GRI *Standard* dan *Corporate Governance* yang di proksi kan dengan skor CGPI mampu memberikan pengaruh terhadap variabel dependen nilai perusahaan sebesar 10,9%. Sedangkan 89,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai F menunjukkan perolehan sebesar 2,900 dan nilai signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* yang diproksikan dengan skor CGPI berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang dikontrol oleh variabel *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis pada variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,641 berarti nilai signifikansi $> 0,05$ dan nilai koefisien β pada *Corporate Social Responsibility* sebesar -60,857 sehingga dapat di artikan CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama (H1) ditolak. Untuk variabel *Corporate Governance* yang diproksikan dengan menggunakan skor CGPI berdasarkan hasil pengujian diatas nilai signifikansi variabel CGPI sebesar 0,027 berarti nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai koefisien β pada CGPI sebesar 4,087 sehingga dapat di artikan GCG yang diproksikan dengan skor CGPI

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua (H2) diterima. Variabel kontrol pada uji hipotesis menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diharapkan sehingga H-1 ditolak. Hasil penelitian ini tidak mampu mendukung teori legitimasi dan teori *stakeholder* bahwa perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya dan perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan. Arah koefisien regresi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang negatif menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR akan mengurangi nilai perusahaan. Pengungkapan CSR memiliki dampak yang negatif terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan belum mampu mengkomunikasikan pengungkapan CSR dengan tepat kepada investor sehingga investor juga belum menganggapnya sebagai hal yang perlu diperhatikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fiadicha & Rahmawati (2016), Susilawati (2019), dan Khasanah & Sucipto (2020) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diharapkan sehingga H-2 diterima. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tingginya nilai *Corporate Governance* suatu perusahaan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal terjadi karena perusahaan yang menerapkan *Corporate Governance* yang baik akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki transparansi dan memiliki manajemen yang berkualitas, sehingga menarik investor untuk menginvestasikan dana mereka dalam perusahaan. Semakin tinggi penerapan *corporate governance* yang diukur oleh *Corporate Governance Perception Indeks* (CGPI) maka semakin tinggi pula tingkat ketaatan perusahaan dan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melanie & Wahidahwati (2017), Evelyn & Christiawan (2017), dan Susilawati (2019) yang menunjukkan bahwa *Corporate Governance* yang diproksikan dengan skor CGPI berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan *Corporate Governance* yang diproksikan dengan skor CGPI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel kontrol *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini memberikan implikasi pada perusahaan yang masuk dalam peringkat CGPI untuk periode 2022 dan seterusnya agar meningkatkan *good corporate governance*

karena memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Apabila tata kelola perusahaan itu optimal, perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari para pemegang saham bahwa dana yang mereka investasikan akan digunakan dengan cermat dan efektif yang tentunya akan berdampak pada nilai perusahaan yang pada akhirnya membuat perusahaan menjadi superior, kompetitif, dan menarik bagi para investor.

Selain memberikan kontribusi, penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya terbatas pada perusahaan yang terdaftar dalam peringkat CGPI dan terdapat beberapa perusahaan yang tidak menerbitkan data laporan keuangan dan tahunannya secara lengkap selama periode 2018 – 2021. Pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen masih rendah dengan ditunjukkan oleh hasil uji nilai *Adjust R Square*. Oleh karena itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas sampel baik dengan menggunakan cara menambah tahun pengamatan sehingga memberikan jumlah sampel yang lebih besar dan menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan, misalnya pertumbuhan aset, struktur modal, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiprasetya, A., & Zulaikha. (2019). Pengaruh Corporate Governance Perception Index terhadap Nilai Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Perusahaan menyatakan bahwa Corporate Governance Perception Index (CGPI). *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(4), 1-10.
- Aurellia, S., & Christiawan, Y. J. (2017). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Dividend Payout Ratio Sebagai Variabel Kontrol. *Bussiness Accounting Review*, 5(2).
- Desita, K. R., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana. Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1).
- Dianawati, C. P., & Fuadati, S. R. (2016). Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(1).
- Effendi, M. A. (2016). *"The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi."* Jakarta.
- Evelyn, S., & Christiawan, Y. J. (2017). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Bussiness Accounting Review. Bussiness Accounting Review*, 5(2), 373-384.
- Farida, Ramadhan, A., & Wijayanti, R. (2019). The Influence of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence from Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Research*, 5(7), 177183.
- Fathoni et al., (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rieneka Cipta.
- Fatihah, A. A., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh Corporate Governance Efficiency Terhadap Pengungkapan Sustainability Report dan Dampaknya Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Kumpulan Riset dan Akuntansi*, 14(1), 80-92.
- Fiadicha, F., & Rahmawati, H. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 1(1), 22-45.
- Ghazali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamdani, M. (2016). GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DALAM PERSPEKTIF AGENCY TEORY. *SEMINAR NASIONAL FENKOS*.
- Hantono et al. (2019). Pengaruh Return on Asset, Free Cash Flow, Debt to Equity Ratio, Pertumbuhan Penjualan terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Property

- and Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Owner*, 3(2), 143-159.
- Hardiningsih, P., Wulandari, S., Srimindarti, C., & Oktaviani, R. M. (2019). Analisis Firm Value dengan Pemoderasi Corporate Social Responsibility. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 9-18.
- Harijanto, M. H., & Widiatmoko, J. (2023). The Effect Of Good Corporate Governance and Gender Diversity On Financial Performance Evidence From Companies Listed On IDX 2018-2021. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 473-484.
- Indarti, M. G., & Extaliyus, L. (2017). Pengaruh Corporate Governance Perception Index (CGPI), Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 20(2), 171-183.
- Indarti, M. G., & Widiatmoko, J. (2021). The Effects of Earnings Management and Audit Quality on Cost of Equity Capital: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 0769–0776.
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Muliarsari, I. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing*, 5(2), 425-442.
- Kamluddin, I. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan : Perusahaan-Perusahaan Yang Termasuk Dalam Most Trusted Indonesia. *Semantic Scholar*.
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17(1), 14-28.
- Komaruddin, & Yudo, S. (2009). TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PELAYANAN PUBLIK. *Journal of Accounting And Investment*.
- Labibah, N. K. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Mediasi. *Journal Siasat Bisnis*, 5(1), 1-15.
- Latifah, F. N., & Widiatmoko, J. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Corporate Responsibility dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(3).
- Lestari, S. P., & Khafid, M. (2021). The Role of Company Size in Moderating the Effect of Profitability, Profit Growth, Leverage, and Liquidity on Earnings Quality. *Accounting Analysis Journal*, 10(2), 9-16.
- Lestari, A. D., & Zulaikha. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Kajian Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 10(4), 1-15.
- Lestari, S. (2018). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(1), 053-062.
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing, Keuangan*, 18(1), 01-26.
- Marlyanti, R., Basri, H., & Faisal. (2015). Pengaruh Corporate Governance Perception Indeks (CGPI), Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, 8(2), 127-136.
- Mawati, E. R., Hardiningsih, P., & Srimindarti, C. (2017). Corporate Governance Memoderasi Earnings Management dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

- Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke3(Sendi_U 3)*, 519-528.
- Melanie, S., & Wahidahwa. (2017). Pengaruh Csr Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(10).
- Mukhtaruddin, Relasari, & Felmania, M. (2014). Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance & Accounting Studies*, 2(1).
- Nurlela, L. W. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jawa Timur: Myria Publisher, 11.
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, (2)1.
- Rosidah, E. (2018). *Akuntansi Manajemen*. Bandung: Mujahid Press.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saputra, R. W. (2015). VARIABEL – VARIABEL YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Sari, D. (2013). *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Setianto, B. (2016). *Mengungkap Strategi Investor Institusi Sebagai*. Jakarta: Bumisaka Kurnia.
- Shaumi, R. P., & Srimindarti, C. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2018-2020. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 13(4).
- Sirait. (2017). *Analisis Laporan Keuangan, Ekuilibria*. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi keperilakuan*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 2(1).
- Widiatmoko, J. (2020). Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Firm Value. *Relevance. Journal of Management and Business*, 3(1).
- Widiatmoko, J., Indarti, M. G., & Pamungkas, I. D. (2020). Corporate Governance On Intellectual Capital Disclosure and Market Capitalization. *Cogent Business & Management*.