

**EFFECT ANALYSIS OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH  
PROFITABILITY AS MEDIATION VARIABLE**

*(Studies on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in  
2017-2021)*

EZZI LISKA PUTRI<sup>1,2</sup>

IDHAM LAKONI<sup>3</sup>

SINTIA SAFRIANTI<sup>4</sup>

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS, UNIVERSITAS PROF DR  
HAZAIRIN SH, INDONESIA

**ABSTRACT**

*The value of company will continue to grow when the company takes notice on economic aspect, social, and also the environment. This research aims to know whether good corporate governance and corporate social responsibility direct effect and indirect effect with profitability to company value. Population in this study were 213 manufacturing company registered in Indonesia Stock Exchange in the year of 2017-2021. Sample selection by using techniques purposive sampling with certain criteria so that the number of sample obtained 25 company that fits the criteria already determined. Data analysis used in this study namely SEM-PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that good corporate governance has not significant effect and positive on firm value. Good corporate governance has not significant effect and positive on profitability. Corporate social responsibility has significant effect and negative on profitability. Corporate social responsibility has not significant effect and positive on firm value. Profitability has not significant effect and negative on firm value. Indirectly good corporate governance has not significant effect to company value with profitability and indirectly corporate social responsibility also has not significant effect on firm value in the presence of profitability*

**Keywords: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Company Value, Profitability**

**Article Info:**

Received: 26 February 2023 | Revised: 15 March 2023 | Accepted: 30 May 2023

---

<sup>1</sup> Correspondence Author

<sup>2</sup> Email: ezziliskaputri3@gmail.com

<sup>3</sup> Email: idhamlakoni474@gmail.com

<sup>4</sup> Email: sintiasafrianti19@gmail.com

**ANALISIS PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
(Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun  
2017-2021)

EZZI LISKA PUTRI  
IDHAM LAKONI  
SINTIA SAFRIANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS PROF DR HAZAIRIN SH,  
INDONESIA

**ABSTRAK**

Nilai perusahaan akan terus berkembang ketika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan juga lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* berpengaruh baik secara langsung dan tidak langsung dengan adanya profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah 213 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021. Pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 25 perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu SEM-PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. *Good corporate governance* berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap profitabilitas. *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas. *Corporate social responsibility* berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Secara tidak langsung *good corporate governance* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas dan secara tidak langsung *corporate social responsibility* juga berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas.

**Kata-kata Kunci:** *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

## 1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena merupakan salah satu nilai terpenting yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan dan dapat mempengaruhi cara investor memandang nilai perusahaan. Suatu perusahaan harus meningkatkan tingkat daya saingnya agar dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya dalam bisnis tersebut karena pertumbuhan dunia bisnis yang pesat dan konsekuensi meningkatnya persaingan global. Perusahaan yang memproduksi barang adalah yang paling banyak menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Data yang dilansir Kemenperin.go.id pada 18 Desember 2022 menunjukkan, meski terjadi puncak pandemi pada 2020-2021, sektor manufaktur tetap memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB nasional sejak 2010. Sektor manufaktur memiliki PDB tahun 2021 sebesar Rp 2.946,9 triliun, meningkat dari tahun 2020 yang mencapai Rp 2.760,43 triliun (<http://www.bps.go.id>, 2021). Perusahaan bertanggung jawab menjaga keseimbangan lingkungan dan menjamin kelestarian lingkungan. Bisnis yang layak atau bisnis yang dapat dipertahankan berfokus pada keuntungan, juga pada menjaga iklim dan memenuhi kebutuhan manusia di masa depan.

Persaingan yang sangat ketat dalam dunia bisnis, menuntut perusahaan untuk mampu bersaing dengan baik agar dapat menjalankan dan mempertahankan usahanya sehingga dapat tercapai suatu tujuan perusahaan yaitu untuk mengoptimalkan nilai perusahaan, dan untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal (Saputri, 2021). *Good corporate governance* dikatakan dapat menciptakan nilai tambah karena dengan menerapkan *good corporate governance*, diharapkan suatu perusahaan akan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Saputri, 2021). Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan bisnis dengan menumbuhkan lingkungan bisnis yang sehat yang dapat meningkatkan nilai tambah perusahaan dari waktu ke waktu dan menjaga akuntabilitas perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Saputri, 2021).

Menurut Fatchan dan Trisnawati (2018) *good corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Menurut Saputri (2021) peran penting penerapan *good corporate governance* dapat dilihat dari sisi salah satu tujuan penting dalam mendirikan sebuah perusahaan di mana selain untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang saham, juga untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Faktor lain yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

*Corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah gagasan di mana suatu perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan pada kondisi keuangannya (*financial*), tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom line* (Saputri, 2021). Konsep pembangunan berkelanjutan yang secara tegas mengaitkan dimensi tujuan dan tanggung jawab kepada pemegang saham (pemilik perusahaan) dan pemangku kepentingan

(pemangku kepentingan publik) merupakan kelanjutan dari konsep *triple bottom line* (Saputri, 2021). Peningkatan praktik dan pengungkapan kewajiban sosial perusahaan di Indonesia didorong oleh dukungan pemerintah, khususnya penerbitan pedoman komitmen dan pengungkapan praktik CSR pada tanggal 23 September 2007 tentang pemaparan kewajiban sosial perusahaan (*corporate social obligation*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Poin regulasi pemerintah tersebut terkandung dalam *global reporting initiatives* (GRI) yang menghasilkan kerangka konseptual, prinsip-prinsip, pedoman, dan indikator-indikator yang berterima umum secara global untuk mendorong organisasi agar lebih transparan, dan digunakan untuk mengukur serta melaporkan kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi organisasi dalam media pelaporan yang terintegrasi yang disebut *sustainability reporting/corporate social responsibility* ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)) dalam (Artavita, 2021).

Profitabilitas pada penelitian ini dimasukkan sebagai variabel mediasi yang diduga mempengaruhi hubungan antara *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang selama jangka waktu tertentu disebut profitabilitas, dan ini menunjukkan seberapa baik manajemen melakukan tugasnya. Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) yang diukur dengan *return on assets* (ROA) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan apakah nilai suatu perusahaan memiliki prospek masa depan yang menguntungkan. Pengembalian sumber daya (ROA) adalah proporsi yang dapat mengukur kapasitas organisasi untuk menciptakan keuntungan dengan memanfaatkan seluruh sumber daya organisasi setelah beradaptasi dengan pengeluaran untuk memeriksa sumber daya (Kultsum *et al.*, 2019). Peningkatan profitabilitas (ROA) perusahaan yang semakin baik menunjukkan kinerja perusahaan ke depannya akan dinilai semakin baik, sehingga menyebabkan nilai perusahaan semakin baik di mata para investor. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan Kusuma (2013).

## 2. LANDASAN TEORI

### Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Prespektif hubungan keagenan merupakan dasar yang digunakan dalam memahami *good corporate governance*. Menurut Mariani *et al.* (2018) teori keagenan memandang suatu perusahaan sebagai hubungan kontrak antara berbagai agen ekonomi yang bertindak secara oportunistik dalam pasar yang efisien. Menurut Gray *et al.* (2001) yang menyimpulkan bahwa manajer menggunakan informasi perusahaan untuk memenuhi atau dalam beberapa kasus, memanipulasi pemangku kepentingan yang berpengaruh untuk mendapatkan dukungan untuk bertahan hidup sementara.

Menurut Zhang *et al.* (2019) teori ini hanya berfokus pada pengembalian moneter atau kreasi kekayaan perusahaan. Zhang *et al.* (2019) juga mengungkapkan bahwa teori pelaku utama ini mungkin tidak berfungsi untuk organisasi nirlaba yang tujuan utamanya adalah memberikan perawatan dan ketentuan untuk sedikit atau tidak ada pengembalian yang terlihat. Sektor-sektor termasuk keuangan, utilitas, layanan kesehatan, dan pendidikan juga diatur untuk menyediakan layanan sosial yang memadai dan diperlukan bagi penduduk

setempat. Bahkan organisasi pencari laba, baik yang mirip dengan mayoritas, harus memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan pemegang saham dan pemangku kepentingan minoritas.

### **Teori Stakeholders**

Teori *stakeholder* (*stakeholder theory*) muncul sejak pertengahan tahun 1980-an. Menurut Ghozali dan Chairi (dalam Deviet *al.*, 2017) *stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial). Sedangkan hubungan dengan *stakeholder* di luar perusahaan didasarkan pada hubungan yang bersifat fungsional yang tertumpu pada kemitraan. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), di mana dengan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*. Teori *stakeholder* dengan *corporate social responsibility* (CSR) diharapkan memiliki hubungan yang harmonis dan baik di mana para *inside stakeholder* yaitu pemegang saham (*stakeholders*), para manajer (*managers*), dan karyawan (*employers*) yang akan berhadapan langsung dengan para *outside stakeholder* yaitu pemerintah, masyarakat lokal, masyarakat secara umum, pelanggan, dan pemasok (*suppliers*) dalam melaksanakan praktik *corporate social responsibility* (CSR) nya.

### **Nilai Perusahaan**

Menurut Oktariko dan Amanah (2018) nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar yang dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum. Tujuan utama dalam suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan, yang dijadikan tolak ukur terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai kondisi perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Azizah *et al.* (2018) rasio penilaian didefinisikan sebagai suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (*investor*) atau pada para pemegang saham. Pada penelitian ini, pengukuran nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*. Jika pada analisis *book value*, investor hanya bisa mengetahui kapasitas perlembar dari nilai saham, pada rasio PBV investor juga bisa mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham di harga dari *book value*nya (Harahap, 2021). Menurut Sugiarto (2011) PBV merupakan rasio antara harga saham pasar terhadap nilai bukunya.

### **Good Corporate Governance**

Menurut teori keagenan, salah satu cara untuk menyelesaikan masalah konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham adalah dengan melalui pengelolaan perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemegang kepentingan (*stakeholders*) adalah definisi *good corporate governance* menurut OECD

(*Organization for Economic Co-operation and Development*) dalam (Nuraini dan Cahyonowati, 2017:8). Dalam keputusan Menteri BUMN No. Kep-117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 definisi *corporate governance* adalah suatu proses dan struktur yang di gunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder lainnya*, berdasarkan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.

### **Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu mekanisme bagi organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* (Batubara *et al.*, 2021). Tanggung jawab sosial diungkapkan dalam laporan tahunan *sustainability reporting*, yaitu laporan mengenai dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang ditimbulkan akibat aktivitas perusahaan. Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2009) telah diatur mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* pada *annual report* yang menyarankan supaya mengungkapkan tanggung jawab sosial. Pada akhir tahun 2000, *Global Reporting Initiative* (GRI) yang merupakan program dari perserikatan bangsa-bangsa membuat pedoman mengenai *sustainability reporting* yang digunakan perusahaan dalam pengungkapan kegiatan (Safrianti, 2020).

Menurut Harahap (2021) *corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Menurut Kasmir, (2009:196) dalam Arum (2018) untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio-rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga dengan rasio rentabilitas. Ukuran profitabilitas terdiri dari berbagai macam seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva serta tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA). *Return on asset* (ROA) memiliki arti yang sangat penting sebagai salah satu metode analisis keuangan yang komprehensif. Ini merupakan teknik yang biasa digunakan oleh manajemen perusahaan dan investor untuk mengukur efektivitas dan operasi perusahaan secara keseluruhan. *Return on asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari pengguna aktiva, dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih (Artavita, 2021).



### 3. METODE PENELITIAN

#### Sifat Penelitian

Hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen (nilai perusahaan) dan variabel dependen (*good corporate governance* dan *corporate social responsibility*). Penelitian ini juga menggunakan variabel mediasi yaitu profitabilitas.

#### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah 213 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria tertentu sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 25 perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dari Bursa Efek Indonesia atau situs perusahaan selama tahun 2017-2021 secara berturut-turut.
3. Perusahaan yang menyajikan laporan tahunan dengan satuan mata uang Rupiah
4. Perusahaan tidak mengalami kerugian atau memperoleh laba pada tahun 2017-2021
5. Perusahaan yang memiliki data yang lengkap, baik mengenai dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, komite audit, profitabilitas serta data yang diperlukan untuk mengukur nilai perusahaan secara berturut-turut pada tahun 2017-2021.

#### Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Sumber data penelitian ini adalah sumber data sekunder, yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan untuk tahun 2017 - 2021 pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada, hal ini dilakukan dengan cara penelusuran dan pencatatan informasi yang diperlukan pada data sekunder berupa laporan keuangan tahunan periode 2017 – 2021 pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah Nilai Perusahaan sebagai variabel independen, *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* sebagai variabel dependen, serta profitabilitas sebagai variabel mediasi.

### Nilai perusahaan

Pada penelitian ini, pengukuran nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Karena *price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{nilai buku per saham}} \dots\dots\dots(1)$$

### Good Corporate Governance

Mekanisme *good corporate governance* pada penelitian ini meliputi kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dan komite audit:

a. Kepemilikan Manajerial merupakan keadaan di mana manajer memiliki saham perusahaan, dengan kata lain manajer juga merupakan pemegang saham perusahaan. dengan menggunakan rumus:

$$KM = \frac{\sum \text{saham manajerial}}{\sum \text{saham beredar}} \dots\dots\dots(2)$$

b. Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseoran (R. Hidayat, 2015). dengan rumus:

$$KI = \sum \text{Komisaris Independen} \dots\dots\dots(3)$$

c. Komite audit adalah salah satu komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk menjalankan tugas dan tanggung jawab terkait tata kelola perusahaan dalam rangka menciptakan pengendalian yang efektif terhadap manajemen. Komite audit dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$KA = \sum \text{anggota komite audit} \dots\dots\dots(4)$$

### Corporate Social Responsibility

Penelitian ini menggunakan GRI-G4 sebagai indikator untuk mengukur pengungkapan CSR. Setiap item pengungkapan *coporate social responsibility* dalam penelitian ini diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Sehingga rumus perhitungan *CSRij* nya yaitu:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum x_{ij}}{N_j} \dots\dots\dots(5)$$

### Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA). *Return on asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva, dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih (Artavita, 2021). ROA di rumuskan dengan:

$$ROA = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{total aset}} \dots\dots\dots(6)$$

### Metode Analisa Data

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah SEM-PLS (*partial least square*) di mana pengolahannya menggunakan *software smartPLS 4.0*. PLS

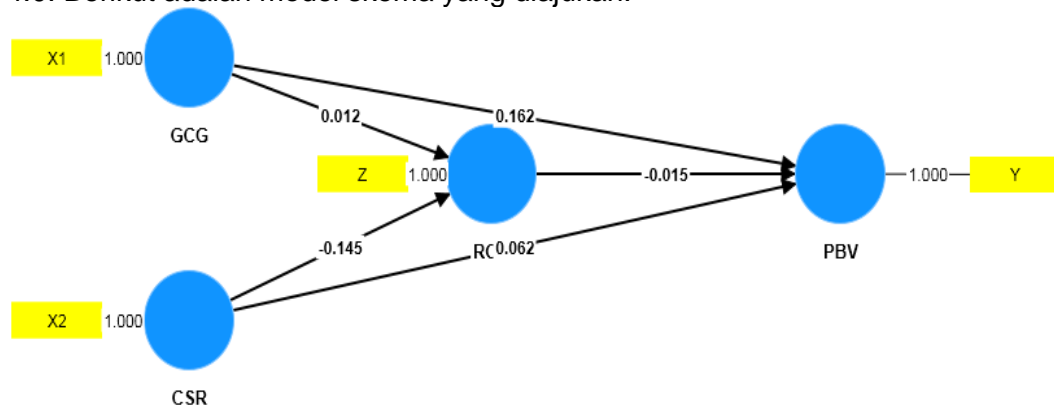


memiliki dua spesifikasi model, yaitu *inner model* dan *outer model* (Ghozali, 2014). Penggunaan PLS sebagai alat analisa data dengan pertimbangan bahwa PLS adalah salah satu metode analisis *structural equation modeling* (SEM) yang memiliki keunggulan dan efisiensi tersendiri dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lainnya.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*)

Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan metode SEM-PLS (*Partial Least Square*) di mana pengolahannya menggunakan *software* smartPLS 4.0. Berikut adalah model skema yang diajukan:



Sumber: Output olah data, SmartPLS 4.0

Gambar 1. *Outer Model*

Analisa *outer model* digunakan untuk mendefinisikan bagaimana setiap variabelnya berhubungan dengan variabel latennya pada uji yang dilakukan pada *outer model*.

##### Collinearity Statistics (VIF)

Berikut adalah hasil uji *collinearity statistics* (VIF) :

Tabel 1. *Collinearity Statistics* (VIF)

Indikator	VIF
X1	1.000
X2	1.000
Y	1.000
Z	1.000

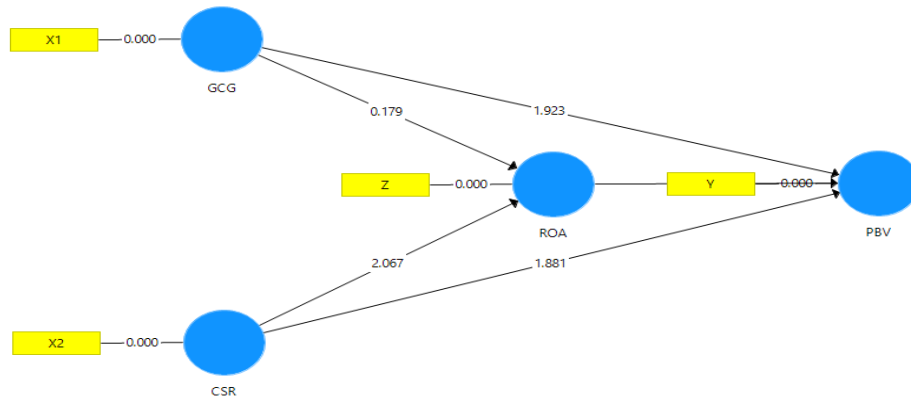
Sumber: Data sekunder di olah SmartPLS 4.0, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel dalam penelitian ini nilai nya < 5 maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini tidak terjadi masalah *multikolinearity*.

### Analisis model struktural (*Innermodel*)

#### Uji *Path coefficient*

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen.



Sumber: Data sekunder di olah smartPLS 4.0

**Gambar 2. Inner model**

Berdasarkan gambar 2 maka, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam model ini memiliki *path coefficient* dengan angka yang positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **Coefficient determination**

Berdasarkan pengolahan data yang telah di lakukan dengan menggunakan program smartPLS 4.0, di peroleh nilai *R-Square* ( $R^2$ ) sebagai berikut :

**Tabel 2. *R-Square* ( $R^2$ )**

Variabel	<i>R-Square</i> ( $R^2$ )
Ni lai perusahaan (Y)	0.033
Profi tabi li tas (Z)	0.021

Sumber: Data sekunder di olah smartPLS 4.0

Berdasarkan tabel 2 di peroleh nilai *R-Square* variabel nilai perusahaan sebesar 0,047. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya variabel nilai perusahaan sebesar 4,7%. Sedangkan variabel profitabilitas di peroleh sebesar 0,021. Di mana perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya variabel mediasi profitabilitas sebesar 2,1%.

**Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Regresi Model 1 (Profitabilitas)**

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas pada tabel 3.

**Tabel 3. Hasil analisis regresi Model 1 (Profitabilitas)**

	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	SE	T Value	P Value	2.5%	97.5%
<b>X1</b>	0.005	0.012	0.037	0.138	0.891	- 0.068	0.079
<b>X2</b>	-0.205	-0.145	0.127	1.611	0.110	- 0.458	0.047
<b>Intercept</b>	0.152	0.000	0.068	2.242	0.027	0.018	0.287

Sumber: Data sekunder di olah SmartPLS 4.0, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 3, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 0,152 + 0,005X_1 - 0,205X_2 \dots\dots\dots(7)$$

Rumus tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien konstanta: 0,152, artinya jika variabel *good corporate governance*( $X_1$ ) dan *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) bernilai 0 maka Profitabilitas (Z) adalah 0,152.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas *good corporate governance* ( $X_1$ ) bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan *good corporate governance* ( $X_1$ ) sebesar 1 kali maka Profitabilitas (Z) akan meningkat sebesar 0,005 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) bernilai negatif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) sebesar 1 kali maka Profitabilitas akan menurun sebesar 0,205 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

**Regresi model II (Nilai perusahaan)**

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas, pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. Nilai regresi model II (Nilai perusahaan)**

	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	SE	T Value	P Value	2.5%	97.5%
<b>Z</b>	-105	-0.015	624	0.168	0.867	-	1,130
						1,340	
<b>X2</b>	587	0.060	888	0.661	0.510	-	2,345
						1.170	
<b>X1</b>	460	0.162	255	1.802	0.074	-45	967
<b>Intercept</b>	-681	0.000	477	1.426	0.156	-	264
						1,627	

Sumber: Data sekunder di olah SmartPLS 4.0, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -681 + 460X_1 + 587X_2 - 105Z \dots\dots\dots(8)$$

Rumus tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta: -681, artinya jika variabel *good corporate governance* ( $X_1$ ), *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) dan Profitabilitas ( $Z$ ) bernilai 0 maka Nilai perusahaan ( $Y$ ) adalah -681.
- Nilai koefisien regresi *good corporate governance* ( $X_1$ ) bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan *good corporate governance* ( $X_1$ ) sebesar 1 kali maka Nilai perusahaan ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 460 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Nilai koefisien regresi *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) sebesar 1 kali maka Nilai perusahaan ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 587 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Nilai koefisien regresi Profitabilitas ( $Z$ ) bernilai negatif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan profitabilitas ( $Z$ ) sebesar 1 kali maka Nilai perusahaan ( $Y$ ) akan menurun sebesar 105 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

## Uji Hipotesis

### Direct Effect

Berikut adalah hasil uji hipotesis yang di peroleh dalam penelitian ini melalui *direct effect*

**Tabel 5. Uji Hipotesis pengaruh *Dirrect Effect***

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistic( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
GCG (X <sub>1</sub> ) - >ROA (Z)	0.012	0.012	0.073	0.171	0.864
GCG (X <sub>1</sub> ) - >PBV (Y)	0.162	0.140	0.108	1.497	0.135
CSR (X <sub>2</sub> ) - >ROA(Z)	-0.145	-0.153	0.073	1.988	0.047
CSR (X <sub>2</sub> ) - >PBV (Z)	0.062	0.040	0.086	0.723	0.470
ROA - > PBV	-0.015	-0.009	0.040	0.382	0.702

*Sumber : Data sekunder di olah smartPLS 4.0, 2023*

Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *bootstraping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut :

- Good corporate governance* terhadap Profitabilitas perusahaan  
Hasil uji variabel *good corporate governance* terhadap Profitabilitas perusahaan di peroleh nilai *P Value* yaitu sebesar  $0.864 > 0,05$  disimpulkan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.
- Good corporate governance* terhadap Nilai Perusahaan  
Hasil uji variabel *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan di peroleh nilai *P Value* yaitu sebesar  $0.135 > 0,05$  disimpulkan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Corporate social responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan  
Hasil uji variabel *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan di peroleh nilai *P Value* yaitu sebesar  $0.047 < 0,05$ , disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas.
- Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan  
Hasil uji variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai *P Value* yaitu sebesar  $0.470 > 0,05$ , disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan  
Hasil uji variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai *P-Value* yaitu sebesar  $0.702 > 0,05$ , disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Indirect Effect

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *P-Values* < 0,05. Berikut adalah hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 6. Spesific Indirect Effect**

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Devi ati on (STDEV)	T- Statistic( O/ STDEV)	P Values
GCG -> Profitabilitas - > Nilai perusahaan	-0.000	-0.001	0.003	0.061	0.951
CSR -> Profitabilitas - > Nilai perusahaan	0.002	0.001	0.006	0.360	0.719

Sumber: Data sekunder di olah SmartPLS 4.0, 2023

- Good corporate governance* terhadap nilai perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi. Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai *P-Value* variabel *good corporate governance* sebesar  $0,951 > 0,05$  artinya bahwa variabel *good corporate governance* secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi .
- Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi . Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai *P-Value* variabel *corporate social responsibility* sebesar  $0,719 > 0,05$  artinya bahwa variabel *corporate social responsibility* secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi .

### Pembahasan

#### Pengaruh *good corporate governance* terhadap Profitabilitas perusahaan

Konstruk eksogen *good corporate governance* memiliki hubungan pengaruh positif ( $O = 0.012$ ) dengan konstruk profitabilitas perusahaan. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah 0.179 lebih kecil dari 2.08, dan nilai *P-Values* 0.858 lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilits pada perusahaan manufaktur dalam sampel tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alkhairani *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan karena *return on asset* (ROA) pada perusahaan manufaktur tahun 2017-2021 yang termasuk dalam sampel menunjukkan hasil yang tidak konsisten dari tahun ke tahun. Sedangkan jangka waktu *good corporate governance* lebih bersifat pada jangka waktu yang panjang sehingga tidak bisa diukur kesuksesannya dalam waktu yang singkat, dimana *return on asset* (ROA) lebih bersifat pada jangka waktu



yang pendek di mana hasil yang didapat dapat langsung disajikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan bagi suatu perusahaan.

### **Pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan**

Konstruk eksogen *good corporate governance* memiliki hubungan pengaruh positif ( $O = 0.178$ ) dengan konstruk nilai perusahaan. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $1.923 < 2,08$  dan nilai *P-Values*  $0.057$  lebih besar dari  $0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 dalam sampel tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widasari & Riharjo, 2017) yang menyimpulkan bahwa dari hasil pengujian hipotesis tidak menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena respons pasar terhadap penerapan *good corporate governance* (GCG) tidak langsung tetapi membutuhkan waktu. Sedangkan pengaruh *good corporate governance* (GCG) pada perkembangan pasar biasanya terlihat dalam jangka panjang karena terkait dengan kepercayaan investor. Selain itu, dengan adanya penerapan *good corporate governance* (GCG) juga tidak menjamin untuk meningkatkan prospektif para investor dan investor juga masih dianggap tidak mempercayai akan penerapan *good corporate governance* di Indonesia. Dalam penelitian ini *good corporate governance* (GCG) bukanlah faktor yang bisa dijadikan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam mengapresiasi nilai perusahaan. Mungkin ada faktor fundamental lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur dalam sampel pada tahun 2017-2021.

Penelitian ini juga tidak sejalan dengan teori agensi di mana teori keagenan memandang suatu perusahaan sebagai hubungan kontrak antara berbagai ekonomi yang bertindak secara oportunistik dalam pasar yang efisien (Zhang *et al.*, 2019). Dimana dalam teori agensi menunjukkan bahwa perusahaan berorientasi dengan citra perusahaan mereka untuk meningkatkan omset dan kinerja mereka. Sedangkan penelitian ini memberikan hasil bahwa *good corporate governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau citra perusahaan.

### **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan**

Konstruk eksogen *corporate social responsibility* memiliki hubungan pengaruh negatif ( $O = -0.145$ ) dengan konstruk profitabilitas. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $2.067 < 2.08$ , dan nilai *P-Values*  $0.041 < 0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis keempat ( $H_4$ ) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur dalam sampel terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Alkhairani *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan teori *stakeholder* yang menyebutkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) bisa meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan kerugian bagi para *stakeholder* yang secara tidak langsung juga bisa meningkatkan profitabilitas atau laba mereka. Semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan maka akan memberikan pengaruh terhadap

profitabilitas perusahaan. Maka, semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi pertumbuhan laba yang secara keseluruhan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang di kur dengan *return on asset* (ROA).

#### **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Konstruk eksogen *corporate social responsibility* memiliki hubungan pengaruh positif ( $O = 0.103$ ) dengan konstruk nilai perusahaan. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $1.881 < 2.08$  dan nilai *P-Values*  $0.062 > 0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa *corporate social responsi bility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dalam sampel tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khasanah, 2020) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai suatu proses dari penyampaian dampak sosial dan lingkungan atas kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat sekitar (Dianawati & Fuadati, 2016). Pentingnya peran *corporate social responsibility* (CSR) dalam menciptakan reputasi yang sangat baik bagi perusahaan dan membiarkan investor dan calon investor mengetahui investasi sosial apa yang telah dilakukan perusahaan untuk mengurangi resiko perusahaan terhadap masalah sosial. Menurut (Mukhtaruddin et al., 2019) dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan kepada sosial dan lingkungan di harapkan dapat menjadi informasi yang berguna bagi investor dalam mengambil keputusan investasi yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian ini tidak mampu mendukung teori *stakeholder* bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik, namun juga kearah sosial kemasyarakatan (*social stakeholder*) dan perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta kerangka kebi jakan dan pengambi lan keputusan agar nanti nya sesuai dengan tujuan perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia masih bersifat sukarela, sehingga perusahaan tidak terlalu memfokuskan perhatian untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Selain itu, mungkin investor belum percaya terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan manufaktur karena masih banyak yang belum lengkap dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunannya. Karena bagi investor perlu untuk mencari tahu lebih lanjut jika ingin berinvestasi di perusahaan, apalagi perusahaan yang kegiatannya berhubungan langsung dengan sumber daya alam, baik dalam operasi perusahaan maupun dalam fondasi perusahaan.

#### **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Konstruk eksogen profitabilitas memiliki hubungan pengaruh negatif ( $O = -0.011$ ) dengan konstruk nilai perusahaan. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $0.304 < 2,08$  dan nilai *P-Values*  $0.761 > 0,05$ . Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun dalam sampel tidak terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2021) karena seiring dengan kemajuan zaman para investor tidak semata-mata menggunakan *return on asset* (ROA) sebagai ukuran dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan untuk memprediksi total return saham yang akan didapatkan di pasar modal terutama di BEI sehingga *return on asset* (ROA) tidak menjamin meningkatnya harga saham yang diberikan investor atau nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan di mediasi profitabilitas perusahaan**

Konstruk eksogen *good corporate governance* memiliki hubungan pengaruh negatif ( $O = -0.000$ ) dengan konstruk nilai perusahaan melalui mediasi profitabilitas. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $0.051 < 3.07$ , dan nilai *P-Values*  $0.960 > 0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis keenam (H6) yang menyatakan bahwa profitabilitas memediasi secara signifikan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan tidak terbukti kebenarannya.

Dengan hasil tersebut, menjelaskan bahwa adanya variabel mediasi yaitu profitabilitas ini tidak mampu membuktikan pengaruhnya sebagai penghubung antara variabel *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui mediasi profitabilitas**

Konstruk eksogen *corporate social responsibility* memiliki hubungan pengaruh negatif ( $O = 0.002$ ) dengan konstruk nilai perusahaan melalui mediasi profitabilitas. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $0.277 < 3.07$  dan nilai *P-Values*  $0.783 > 0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan bahwa profitabilitas memediasi secara signifikan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan tidak terbukti kebenarannya.

Dengan hasil tersebut, menjelaskan bahwa adanya variabel mediasi yaitu profitabilitas ini tidak mampu membuktikan pengaruhnya sebagai penghubung antara variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui mediasi profitabilitas**

Konstruk eksogen *corporate social responsibility* memiliki hubungan pengaruh negatif ( $O = 0.002$ ) dengan konstruk nilai perusahaan melalui mediasi profitabilitas. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah  $0.277 < 3.07$  dan nilai *P-Values*  $0.783 > 0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan bahwa profitabilitas memediasi secara signifikan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan tidak terbukti kebenarannya.

Dengan hasil tersebut, menjelaskan bahwa adanya variabel mediasi yaitu profitabilitas ini tidak mampu membuktikan pengaruhnya sebagai penghubung antara variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi (Studi pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa *good corporate governance* (GCG) berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap profitabilitas perusahaan dengan proksi *return on asset*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *good corporate governance* masih belum mampu menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa *good corporate governance* (GCG) berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan dengan proksi *price book value*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *good corporate governance* belum mampu menjadi faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas dengan proksi *return on asset*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) mampu menjadi faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan dengan proksi *price book value*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) masih belum mampu menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Di karenakan masih sedikit nya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang di lakukan perusahaan selain itu perusahaan dalam melaksanakan komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan masih tidak tepat sehingga belum di tangkap secara tepat oleh pihak-pihak yang berkepentingan.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan proksi *price book value*. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksi dengan *return on asset* (ROA) tidak menjamin meningkatnya harga saham yang di berikan para investor terhadap nilai perusahaan.
6. Hasil pengujian hipotesis keenam menyatakan bahwa *good corporate governance* (GCG) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan proksi *price book value* secara tidak langsung melalui profitabilitas dengan proksi *return on asset* sebagai variabel mediasi . Hal ini menunjukkan bahwa *return on asset* tidak mempengaruhi hubungan antara *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.
7. Hasil pengujian hipotesis ketujuh menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan proksi *price book value* secara tidak langsung melalui profitabilitas dengan proksi *return on asset* sebagai variabel mediasi . Hal ini menunjukkan bahwa *return on asset* tidak mempengaruhi hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(1), 10–25.
- Artavita, K. M. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018- 2019). In *sekolah tinggi ilmu ekonomi malangkucecwara malang*. sekolah tinggi ilmu ekonomi malangkucecwara malang.
- Arum, A. S. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Size, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012- 2016)* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta].
- Aryanto, A., & Setyorini, C. T. (2019). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 14(2), 181–196.
- Azizah, U. N., Rizal, N., & Munir, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pengungkapan Good Corporate Governance dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2013 – 2015). *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 63–71.
- Batubara, M. B., Sari, R. H. D. P., & Fahria, R. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance. *Business management, economic, and accounting national seminar*, 2(1), 1202–1217.
- Darwis, Herman. 2009. Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 13, No. 3 September 2009, hal 418-430.
- 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), 1–20.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fatchan, I. N., & Trisnawati, R. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Pada Hubungan Antara Sustainability Report Dan Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Go Public di Indonesia Periode 2014-2015). *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 25–34.



- Ghozali. (2014). *Metodologi Penelitian Structural Equation Modeling Partial Least Squares Dosen Pengampu Metodologi Penelitian : Oleh :November*.
- Gray, R., Javad, M., Power, D. M., & Sinclair, C. D. (2001). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28(3-4), 327–356.
- Harahap, A. C. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI [universitas muhammadiyah sumatera utara]. In *Jurnal ilmiah Universitas Sumatera Utara*.
- Khasanah, I. D. (2020). *Pengaruh corporate social responsibility (CSR) dan good corporate governance (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening (Studi pada sektor pertambangan dan sektor industri bahan dasar dan kimia di Bursa Efek Indones (Vol. 5, Nomor 3)*. Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Kultsum, U., Sriwidodo, U., & Wardiningsih, S. S. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Return On Assets Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri di BEI Tahun 2015 – 2017). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 117–127.
- Mariani, D., Utara, P., & Lama, K. (2018). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol . 7 No . 1 April 2018 FEB Universitas Budi Luhur ISSN : 2252 7141*. 7(1), 59-78.
- Nurhayati, N., Eliana, E., & Jusniarti, N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 73.
- Oktariko, B., & Amanah, L. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(4), 1–16.
- Pujiningrat, S. A., & Budiyonto. (2018). Pengaruh pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–20.
- Safrianti, S. (2020). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2019. *Creative Research Management Journal*, 3(1), 51.
- Saputri, R. M. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas*



*Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 - 2019.* Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Windasari, O., & Riharjo, I. B. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(10), 1–20.

Zhang, Yi, Gin Chong, and Ruixin Jia. 2019. "Fair Value, Corporate Governance, Social Responsibility Disclosure and Banks ' Performance." *Review of Accounting and Finance*.