



PROFITABILITAS, CORPORATE GOVERNANCE, PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR) DAN NILAI PERUSAHAAN

Ni Made Mia Amelia Agripina¹ Ni Gusti Putu Wirawati²

Article history:

Submitted: 4 Juni 2025

Revised: 27 Juni 2025

Accepted: 14 Juli 2025

Keywords:

Corporate Governance;

CSR Disclosure;

Firm Value;

Profitability;

Abstract

This study examines profitability, corporate governance, and CSR disclosure while analyzing the values of consumer sector firms listed on the Indonesia Stock Exchange between 2021 and 2023, excluding cyclical enterprises. The Tobin's Q ratio determines the company's worth, ROE determines profitability, the number of independent commissioners determines corporate governance, and the CSRD Index, which is based on the 2021 GRI Standards, measures CSR disclosure. The size of the company is one of the aspects that may be controlled. The 78 observed samples were obtained using a non-probability sampling approach in conjunction with purposive sampling. The data was examined using multiple linear regression using the STATA tools. Success has a greater impact on a company's value than effective corporate governance or disclosure of corporate social responsibility (CSR). These results demonstrate that when determining a company's value, investors still give financial performance first importance. Implications of this study to provide new information to businesses and investors so they may make well-informed choices.

Kata Kunci:

Corporate Governance;

Nilai Perusahaan;

Pengungkapan CSR;

Profitabilitas;

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh probabilitas, corporate governance dan pengungkapan CSR pada nilai perusahaan di sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai perusahaan ditentukan oleh rasio Tobin's Q, profitabilitas oleh *Return on Equity* (ROE), corporate governance oleh jumlah komisaris independen, dan pengungkapan CSR oleh Indeks CSRD, yang didasarkan pada Standar GRI 2021. Salah satu hal yang dapat dikontrol adalah ukuran perusahaan. Pengambilan sampel secara *purposive sampling* yang dipadukan dengan strategi pengambilan sampel *non-probability* menghasilkan total 78 sampel yang diamati. Program STATA digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda pada data tersebut. Nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh profitabilitas daripada oleh Corporate Governance serta pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Temuan ini menunjukkan bahwa investor terus memberikan prioritas utama pada kinerja keuangan saat menilai nilai perusahaan. Implikasi dari studi ini adalah untuk memberikan informasi baru kepada investor dan bisnis sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat.

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia

Email:

miaameliaagr45@gmail.com

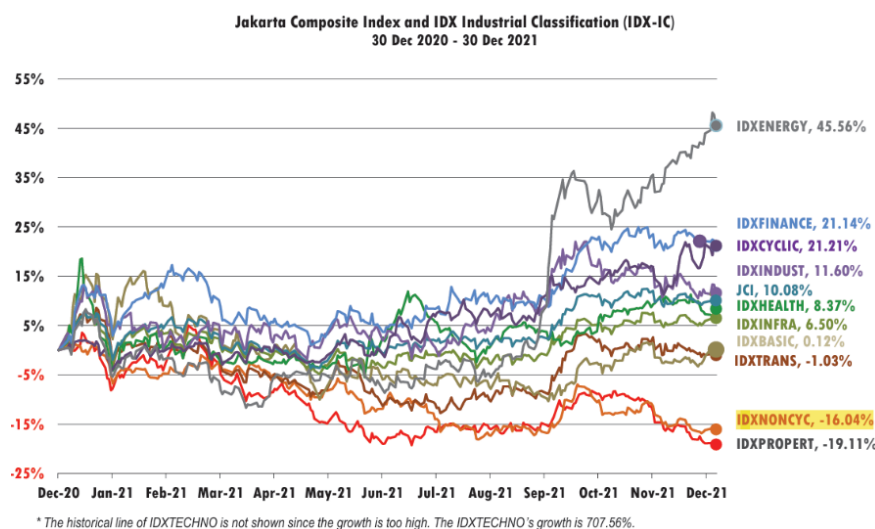
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia²

Email: ngpwirawati@unud.ac.id

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator krusial dalam menilai keberhasilan perusahaan secara keseluruhan. Tujuan utama setiap perusahaan adalah menghasilkan uang sebanyak mungkin dan mencapai nilai setinggi mungkin (Sugiantari & Sisdyani, 2024). Nugroho (2023) menunjukkan bagaimana *market value* suatu perusahaan merupakan cerminan dari keadaan saat ini dan potensinya untuk meraih kesuksesan di masa mendatang. Khususnya untuk bisnis yang terdaftar di pasar saham, perubahan harga saham perusahaan dapat memberikan wawasan tentang sentimen investor. (Kamaliah, 2020). Nilai perusahaan cenderung naik seiring dengan kenaikan harga sahamnya. (Kebon & Suryanawa, 2017). Situs web utama Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah tempat penyimpanan publik untuk data harga saham. Situs web ini mendukung perdagangan saham dan menampilkan informasi harga saham terkini.

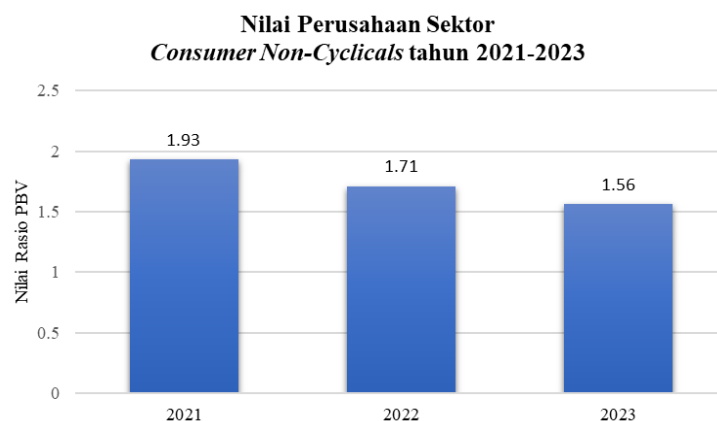
Sektor *consumer non-cyclicals* merupakan satu dari 12 industri di BEI yang diakui memiliki karakteristik usaha yang stabil karena barang-barang yang dihasilkannya merupakan kebutuhan pokok yang senantiasa dibutuhkan masyarakat, bahkan di masa ekonomi sulit sekalipun (Rachman, 2024). Stabilitas sektor *consumer non-cyclicals* tidak menjamin bahwa nilai pe dari perusahaan pada sektor tersebut dapat akan tetap stabil atau naik. Kinerja saham BEI pada tahun 2021 digambarkan pada Gambar 1.



Sumber: IDX Statistics, 2021

Gambar 1. Grafik kinerja saham sektor di BEI berdasarkan klasifikasi IDX-Industrial Classification Periode Desember 2020-Desember 2021

Harga saham sektor *consumer non-cyclicals* yang disajikan pada Gambar 1 memperlihatkan penurunan yang cukup tajam sebesar 16,04 persen (YoY) pada 2021. Penurunan harga saham pada sektor ini merupakan penurunan terendah kedua setelah sektor *properties & real estate* yakni sebesar 19,11 persen, yang kemudian diikuti dengan penurunan di sektor *transportation & logistic* sebesar 1,03 persen (IDX, 2021). Rasio PBV yang menurun menggambarkan fenomena menurunnya nilai perusahaan dari tahun ke tahun untuk semua perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals*.



Sumber: IDX Statistics, 2021-2023

Gambar 2. Grafik Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals di BEI Tahun 2021-2023

Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai perusahaan dari tahun 2021 hingga 2023 telah menurun. Meskipun orang-orang membutuhkan barang-barang yang dibuat oleh industri ini, tetapi kinerja saham di sektor ini tidak akan selalu naik secara stabil setiap tahun. Bagian penting dari data dalam laporan keuangan yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan menghasilkan laba adalah profitabilitas. Ketika membuat pilihan investasi, investor kerap mempertimbangkan margin laba suatu perusahaan, yang pada akhirnya dapat memberi kontribusi pada pertumbuhan nilai perusahaan. (Ayu & Novita, 2019). Penelitian oleh Pramudita & Gantino (2023); Ayu & Novita (2019); dan Wibowo & Surjandari (2023) dampak positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan ditunjukkan di sini. Bandingkan dengan temuan penelitian Pramestie & Atahau (2021) membuktikan bahwa profitabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Teori keagenan menyatakan bahwa menerapkan *corporate governance* terbaik dapat mengurangi kemungkinan terjadinya perselisihan antara pemilik dan manajemen. (Dewi & Badera, 2021). Suatu kerangka kerja untuk mengelola suatu perusahaan dengan tujuan mencapai kinerja optimal tanpa merugikan para pemangku kepentingan dikenal sebagai *corporate governance* (OECD, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Biçer & Şit (2023); Le & Nguyen (2022); dan Inastri & Mimba (2017) menunjukkan bagaimana *corporate governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, *corporate governance* justru menurunkan nilai perusahaan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Titisari *et al.* (2019). Temuan yang berbeda juga ditemukan oleh Laksmi & Wirawati (2022); Pramestie & Atahau (2021); dan Zabri *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa *corporate governance* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pramitha & Sudana (2021) mengatakan bahwa pelaporan kegiatan CSR perusahaan merupakan salah satu bentuk transparansi sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Pengungkapan CSR merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan kepada publik tentang dampak kewajiban sosial dan lingkungan (Wardhani & Sari, 2024). Pengguna laporan keuangan memandang pengungkapan ini sebagai hal yang krusial karena dapat berfungsi sebagai dasar untuk menilai keberhasilan organisasi (Machmuddah *et al.*, 2020). Kondisi ini menjadi indikasi yang menguntungkan bagi calon investor untuk menanamkan uangnya pada bisnis, yang akan meningkatkan nilainya. Studi tentang pengungkapan CSR oleh Susilawati *et al.* (2024); Sedani & Sari (2024); Dewi & Badera (2021); Dewi & Narayana (2020); dan Harjoto & Laksmana (2016) menunjukkan bagaimana pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan temuan studi yang dilakukan oleh Hermawaty & Sudana (2023); Laksmi & Wirawati (2022); dan Inastri & Mimba (2017) menemukan bahwa nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh pengungkapan CSR.

Ukuran suatu perusahaan merujuk pada skala atau tingkat besar kecilnya aktivitas usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan (Dewi & Wirawati, 2024). Perusahaan dengan skala besar umumnya memerlukan manajemen yang lebih kompleks serta sistem pengawasan yang lebih ketat, termasuk dalam pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendukung keberlanjutan perusahaannya. Teori Keagenan menjelaskan bahwa perusahaan dengan skala besar cenderung menghadapi *agency cost* yang lebih tinggi, sehingga dapat memengaruhi nilai perusahaan. Untuk mengurangi potensi tersebut, perusahaan besar memiliki kecenderungan melakukan pengungkapan informasi menyeluruh, termasuk dalam aspek sosial dan lingkungan (Widianingsih, 2018). Ukuran perusahaan menjadi variabel kontrol untuk memastikan bahwa temuan penelitian ini lebih akurat dan bebas dari bias. Hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten dan dengan adanya fenomena terkini membuat diperlukannya penelitian lanjutan yang berbeda dari penelitian sebelumnya melalui sektor yang berbeda yakni sektor *consumer non cyclical*s dengan tahun penelitian 2021 hingga 2023 dan tercatat di BEI.

Kemampuan yang mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan serta menunjukkan efisiensi operasionalnya dapat dilihat dari profitabilitasnya (Ayu & Novita, 2019). Nilai perusahaan dapat meningkat jika menghasilkan laba yang besar, yang merupakan indikasi lain bahwa usaha tersebut layak dijalankan (Laksmi & Wirawati, 2022). Penyajian keberhasilan perusahaan dalam laporan keuangan dapat membantu mengurangi masalah keagenan seperti asimetri informasi, yang konsisten dengan Teori Keagenan dan Teori Sinyal. Manajer juga memanfaatkan sinyal atau isyarat untuk menyampaikan kepada investor informasi mengenai kualitas perusahaan dengan memberikan informasi mengenai profitabilitas perusahaan. Penelitian oleh Hermawaty & Sudana (2023); Wibowo & Surjandari (2023); Laksmi & Wirawati (2022); Dewi & Narayana (2020); dan Ayu & Novita (2019) menunjukkan profitabilitas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan meningkat seiring dengan tingginya perolehan keuntungan, maka hipotesis pertama yakni:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

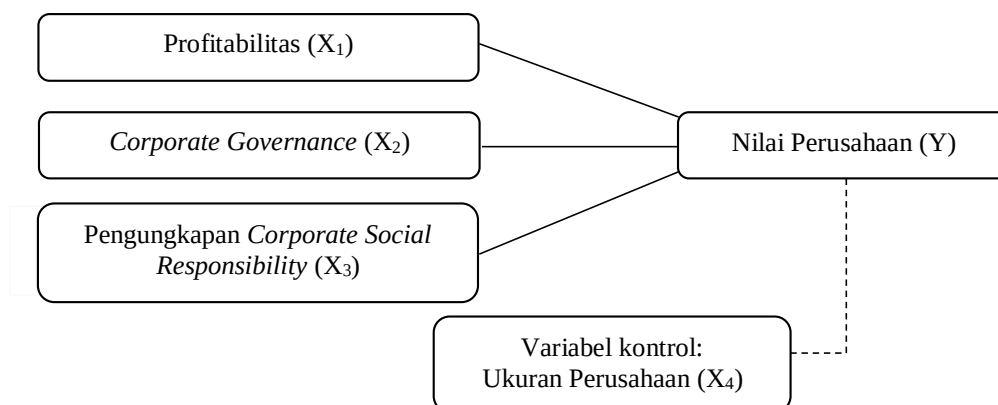
Sistem untuk mengelola dan mengawasi entitas perusahaan dengan tujuan mencapai kinerja optimal tanpa merugikan para pemangku kepentingan dikenal sebagai *corporate governance*. *Corporate governance* dirancang untuk melindungi berbagai kepentingan dari para pemangku kepentingan yang memberikan manfaat bagi perusahaan (Tarigan *et al.*, 2019). Nilai suatu perusahaan dapat naik sebagai hasil dari peningkatan kinerja, yang merupakan hasil dari *corporate governance* yang baik (Kamaliah, 2020). Sejalan dengan Teori Keagenan dan Teori Sinyal, *corporate governance* berperan sebagai mekanisme yang dapat mengurangi masalah keagenan dengan menciptakan struktur pengawasan yang lebih efektif serta memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil sejalan dengan peraturan yang berlaku dan telah mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (Kebon & Suryanawa, 2017). Data yang berkaitan dengan penggunaan standar *corporate governance* yang baik memberikan bukti tambahan bahwa suatu perusahaan memiliki sistem kinerja yang efisien. Penelitian oleh Siddhi & Putri (2024); Biçer & Şit (2023); Le & Nguyen (2022); Kebon & Suryanawa (2017); dan Inastri & Mimba (2017) menunjukkan *corporate governance* efektif meningkatkan nilai perusahaan. Adanya *corporate governance* yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan, maka hipotesis kedua yakni:

H₂: *Corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR adalah suatu bentuk penyampaian informasi terkait pengaruh yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Perusahaan yang memperhatikan pentingnya keberlanjutan cenderung mengungkapkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaannya, termasuk informasi terkait CSR (Kamaliah, 2020). Adanya konflik kepentingan akan berpotensi menciptakan asimetri informasi yang dapat diminimalkan melalui pengungkapan CSR (Pramitha & Sudana, 2021). Melalui pengungkapan CSR, manajemen perusahaan dapat mengkomunikasikan kepada pemegang saham tentang kinerja perusahaan, sehingga dapat mengurangi asimetri informasi antar pihak yang sejalan dengan Teori Keagenan. Dengan bersikap transparan tentang CSR, sebuah perusahaan dapat menunjukkan bahwa pimpinannya berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pemegang sahamnya, yang mendorong calon investor untuk menanamkan

modalnya, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian oleh Susilawati *et al.* (2024); Sedani & Sari (2024); Dewi & Badera (2021); Dewi & Narayana (2020); dan Harjoto & Laksana (2016) menunjukkan nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh pengungkapan CSR. Semakin terbuka pengungkapan aktivitas CSR akan dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan, maka hipotesis ketiganya yakni:

H₃: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



Sumber: Data Penelitian, 2025

Gambar 3. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Hubungan asosiatif dan teknik kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan data numerik dan teknik *Purposive sampling* serta *non-probability sampling*. Populasi penelitian ini mencakup semua perusahaan sektor *consumer non cyclicals* di BEI dari tahun 2021 hingga 2023, dengan total sebanyak 97 perusahaan. Sampel dipilih melalui kriteria seleksi, yaitu perusahaan yang menghasilkan laba, melaporkan keuangan dalam rupiah, dan menerbitkan laporan keuangan, tahunan, dan keberlanjutan yang sesuai dengan standar GRI selama periode penelitian. Berdasarkan parameter ini, didapat 78 sampel terpilih untuk tiga tahun observasi. Studi ini menggunakan tiga variabel berupa variabel dependen, independen, dan kontrol.

Nilai perusahaan menggambarkan harga saham yang mencerminkan kinerja masa lalu, sekarang, dan masa depan suatu perusahaan (Nugroho, 2023). Untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai aktivitas perusahaan, penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q. Berikut rumus menghitung Tobin's Q (Kamaliah, 2020):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Market Value Equity} + \text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots(1)$$

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan seberapa kemampuan perusahaan tersebut dapat mengubah aktivitas operasionalnya menjadi laba (Ayu & Novita, 2019). *Return on Equity* (ROE) digunakan untuk memproksikan profitabilitas karena hubungan keagenan manajemen dan prinsipal serta nilai perusahaan memiliki keterkaitan dengan ekuitas perusahaan. Rumus berikut digunakan untuk menghitung ROE (Kamaliah, 2020):

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2)$$

Corporate governance yakni suatu mekanisme pengawasan terhadap entitas bisnis yang bertujuan untuk mengoptimalkan kinerjanya tanpa menimbulkan kerugian bagi para pemangku kepentingan (OECD, 2004). Evaluasi terhadap *corporate governance* biasanya dapat dilakukan melalui lima mekanisme, yaitu kepemilikan oleh institusi, kepemilikan oleh manajemen, jumlah komisaris independen, keberadaan komite audit, serta peran dewan direksi (Laksmi & Wirawati, 2022; Merendino

& Melville, 2019). Penelitian ini menggunakan proporsi komisaris independen untuk mengukur *corporate governance* karena komisaris independen tidak memiliki hubungan kepentingan dengan manajemen atau pemegang saham mayoritas, sehingga mereka dapat bertindak secara independen untuk melindungi kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Komisaris independen diukur dengan rumus berikut (Kurnia & Wirasedana, 2018):

$$\text{Komisaris independen} = \frac{\sum \text{Anggota Komisaris Independen}}{\sum \text{Seluruh Komisaris}} \dots\dots\dots (3)$$

Pengungkapan CSR merupakan cara penyampaian informasi kepada publik mengenai dampak kegiatan ekonomi perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Kamaliah, 2020). Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan indeks CSRD yang didasarkan pada Standar GRI 2021. Menghitung CSRD dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Laksmi & Wirawati, 2022):

$$\text{CSRD} = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{\text{Jumlah seluruh item indikator pengungkapan CSR}} \dots\dots\dots (4)$$

Ukuran suatu perusahaan ditunjukkan oleh skala operasional perusahaannya, yang umumnya didasarkan pada total aset yang dimilikinya. Dalam studi ini, proksi *size* digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan, dengan rumus sebagai berikut (Yanti & Darmayanti, 2019):

$$\text{Size} = \ln(\text{Total Assets}) \dots\dots\dots (5)$$

Analisis data ini dimulai dengan analisis deskriptif dan kemudian beralih ke pemeriksaan asumsi tradisional, yang mencakup uji autokorelasi, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas. Dalam penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan teknik yang dikenal sebagai regresi linier berganda. Perangkat STATA digunakan untuk semua pemrosesan data. Persamaan ini menampilkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

- Y = Nilai perusahaan
- α = Konstanta
- X_1 = Profitabilitas
- X_2 = *Corporate Governance*
- X_3 = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- X_4 = Ukuran Perusahaan
- β_1 - β_4 = Koefisien Regresi Variabel Independen
- ε = Koefisien error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis statistik deskriptif terhadap 78 observasi pada Tabel 1, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar variabel penelitian memiliki kecenderungan nilai rata-rata yang mendekati nilai minimumnya. Nilai perusahaan menunjukkan distribusi data yang kurang bervariasi karena deviasi standarnya lebih rendah yaitu 1,751 dibandingkan dengan rata-rata yaitu 2,027. Sebaliknya, profitabilitas memiliki variasi data yang cukup besar, terlihat dari perbandingan nilai rata-rata 0,187 dengan deviasi standar yang lebih besar yaitu 0,258. Variasi data yang rendah juga ditunjukkan oleh *corporate governance*, pengungkapan CSR serta variabel kontrol berupa ukuran perusahaan (*Size*) yang memperlihatkan karakteristik data yang relatif homogen, dengan deviasi standar yang lebih rendah dari nilai *mean*-nya. Secara keseluruhan, sebagian besar data dalam penelitian ini memiliki sebaran yang tidak terlalu menyebar luas antar observasi. Berikut tabel 1 yang menjelaskan hasil analisis statistik deskriptif.

Tabel 1.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Obs	Mean	Std. dev.	Minimum	Maksimum
Nilai Perusahaan	78	2,027	1,751	0,55	10,57
Profitabilitas	78	0,187	0,258	-0,16	1,42
CG	78	0,418	0,134	0,25	0,83
CSRD	78	0,429	0,185	0,11	0,83
Kontrol: Ukuran Perusahaan	78	30,004	1,332	27,51	32,86

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Nilai Prob>chi2 sebesar 0,352 pada Tabel 2 lebih besar dari tingkat signifikansi 5 persen. Hasil tersebut berarti data model regresi didistribusikan secara normal.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

<i>Skewness and Kurtosis Tests for Normality</i>			
Variabel	Obs	<i>Joint Test</i>	
		Adj chi2(2)	Prob>chi2
residual	78	2,09	0,352

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Tabel 3 menunjukkan bahwa *Variance Inflation Error* (VIF) kurang dari 10 dan nilai toleransi berkisar di atas 0,1. Hal ini membuktikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas.

Tabel 3.
Hasil Uji Multikolinieritas

<i>VIF and Tolerance Value for Multicollinearity</i>		
Variabel	VIF	Tolerance
Profitabilitas	1,40	0,689
CG	1,45	0,713
CSRD	1,19	0,843
Kontrol: Ukuran Perusahaan	1,17	0,855

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Breusch–Pagan/Cook–Weisberg Test for Heteroskedasticity</i>	
chi2(1)	= 3,53
Prob > chi2	= 0,060

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Hasil yang melebihi dari 0,05 sebagaimana ditunjukkan oleh probabilitas sebesar 0,060 pada Tabel 4 berarti model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi

<i>Wooldridge Test for Autocorrelation</i>	
F (1,25)	= 0,020
Prob > F	= 0,887

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Tabel 5 menunjukkan hasil pengujian Prob > F yaitu 0,887 yang lebih tinggi dari taraf signifikansi 5 persen dan menunjukkan tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi.

Tabel 6.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Nilai Perusahaan	Coefficient	Std. Error	t	P>t
<i>constant</i>	4,463	2,584	1,73	0,088
Profitabilitas	5,537	0,506	10,93	0,000
CG	0,702	0,994	0,71	0,482
CSRD	-0,997	0,649	-1,54	0,129
Kontrol: Ukuran Perusahaan	-0,111	0,089	-1,24	0,218
F(4, 73)	= 44,89			
Prob > F	= 0,000			
R-squared	= 0,711			
Adj R-squared	= 0,6951			

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 6, model regresi penelitian ini ditunjukkan pada persamaan berikut:

$$Y = 4,463 + 5,537 X_1 + 0,702 X_2 - 0,997 X_3 - 0,111 X_4 \dots \dots \dots (7)$$

Nilai perusahaan (Y) diproyeksikan sebesar 4,463 jika semua variabel independen tetap konstan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai konstan sebesar 4,463. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 5,537 untuk variabel profitabilitas (X_1), nilai perusahaan akan naik sebesar 5,537 untuk setiap kenaikan satu unit pada variabel profitabilitas. Nilai koefisien regresi variabel *corporate governance* (X_2) adalah 0,702. Jika semua faktor lain tetap sama, maka kenaikan satu unit dalam variabel *corporate governance* akan menyebabkan kenaikan 0,702 pada nilai perusahaan. Koefisien pengungkapan CSR (X_3) adalah -0,997, yang berarti bahwa peningkatan satu unit dalam pengungkapan CSR akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,997 jika semua parameter lainnya tetap sama. Jika variabel kontrol ukuran perusahaan (X_4) meningkat, nilai koefisien -0,111 akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,111.

Uji F menentukan apakah model penelitian ini layak digunakan atau tidak. Probabilitas 0,000 pada Tabel 6 yakni $F > 5$ persen, sehingga model yang digunakan layak dianalisis lebih lanjut. *adjusted R square* digunakan dalam uji determinasi. Perolehan nilai *adjusted R square* yang sebesar 0,6951 berarti faktor-faktor yakni profitabilitas (X_1), *corporate governance* (X_2), pengungkapan CSR (X_3), dan variabel kontrol ukuran perusahaan (X_4) dapat menjelaskan 69,51 persen dari nilai perusahaan (Y), sedangkan 30,49 berasal dari faktor di luar model regresi.

Tabel 7.
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Nilai Perusahaan	Coefficient	Std. Error	t	P>t	Keterangan
<i>constant</i>	4,463	2,584	1,73	0,088	
Profitabilitas	5,537	0,507	10,93	0,000	Positif Signifikan
CG	0,703	0,994	0,71	0,482	Tidak Signifikan
CSRD	-0,997	0,650	-1,54	0,129	Tidak Signifikan

Sumber: Data sekunder diolah, 2025

Data yang disajikan pada Tabel 7 memperlihatkan profitabilitas memiliki nilai t-hitung sebesar 10,93, koefisien regresi sebesar 5,537, dan probabilitas sebesar 0,000. Berdasarkan koefisien regresi positif dan nilai signifikansi sebesar 0,00 (di bawah 0,05), profitabilitas mampu memengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hipotesis pertama (H_1) diterima karena hasil uji statistik memvalidasi dugaan sementara penelitian, yaitu profitabilitas yang tinggi maka nilai perusahaan juga meningkat. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawaty & Sudana (2023); Wibowo & Surjandari (2023); Laksmi & Wirawati (2022); Dewi & Narayana (2020); dan Ayu & Novita (2019) Hal ini menunjukkan bagaimana profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan.

Teori Keagenan dan Sinyal didukung oleh hasil penelitian ini. Perusahaan yang laporan keuangannya menyajikan informasi mengenai profitabilitas dapat mengurangi permasalahan keagenan dengan meminimalkan terjadinya asimetri informasi antara manajemen dan pemilik serta menjadi sinyal positif untuk investor berinvestasi, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Koefisien regresi untuk *corporate governance* adalah 0,703, nilai t adalah 0,71, dan probabilitasnya adalah 0,482. Nilai probabilitas 0,482, yang lebih tinggi dari 0,05 menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh *corporate governance*. Nilai perusahaan tampaknya tidak terpengaruh oleh jumlah komisaris independen. H_2 , yang menegaskan bahwa *corporate governance* yang baik mampu meningkatkan nilai perusahaan, ditolak oleh uji statistik. Sebaliknya. Salah satu kemungkinan penjelasan untuk ini adalah bahwa proporsi komisaris independen, yang merupakan bagian dari praktik *corporate governance* belum dapat meningkatkan laporan keuangan untuk menarik investor. Akibatnya, hal itu tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan. Analisis ini mendukung pernyataan yang dibuat oleh Dewi & Badera (2021) bahwa komisaris independen dapat berfungsi sebagai formalitas untuk menjamin kepatuhan terhadap aturan Otoritas Jasa Keuangan. Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Siddhi & Putri (2024); Biçer & Şit (2023); Le & Nguyen (2022); Kebon & Suryanawa (2017) dan Inastri & Mimba, (2017). Baik Teori Agensi maupun Teori Sinyal tidak didukung oleh penelitian ini.

Pengungkapan CSR perusahaan memiliki nilai probabilitas 0,129, nilai t -1,54, dan koefisien regresi -0,9973. Nilai probabilitas 0,129, lebih tinggi dari 0,05 menyiratkan bahwa pengungkapan CSR tidak memengaruhi harga perusahaan. Jadi, seberapa banyak atau sedikit perusahaan membicarakan tindakan CSR-nya tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan. H_3 ditolak karena uji statistik tidak mendukung hipotesis ketiga penelitian, yaitu pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang diukur dengan CSRD_i tidak memengaruhi nilai perusahaan karena ketidakmampuan perusahaan untuk mengomunikasikan informasi CSR kepada investor dapat menghalangi mereka dalam membuat keputusan investasi yang tepat dan melemahkan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Laksmi & Wirawati (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat secara akurat mencerminkan tindakan CSR, sehingga upaya ini kurang berhasil. Hal ini juga dapat membebani perusahaan dan dapat menurunkan laba. Hasil dari penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susilawati *et al.* (2024); Sedani & Sari (2024); Dewi & Badera (2021); Dewi & Narayana (2020); dan Harjoto & Laksmana (2016). Teori agensi dan sinyal, yang digunakan dalam penelitian ini juga tidak dapat didukung oleh hasil statistik ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Analisis dan pembahasan mengungkap bahwa nilai perusahaan dan profitabilitas saling berkorelasi kuat. Hal ini menunjukkan bahwa seiring dengan meningkatnya laba, nilai perusahaan pun akan meningkat. Nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh *corporate governance* yang baik atau buruk. Sama halnya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), baik dalam jumlah banyak maupun sedikit, tidak akan memengaruhi nilai perusahaan.

Disarankan agar variabel tambahan yang tidak disertakan dalam penelitian ini disertakan untuk penelitian mendatang, karena nilai *Adjusted R²* sebesar 0,6951 menunjukkan bahwa variabel di luar model regresi dapat memengaruhi 30,49 persen dari nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan mekanisme *corporate governance* yang berbeda dan sektor di luar dari penelitian ini agar hasilnya dapat diperbandingkan. Bagi investor, disarankan agar mempertimbangkan informasi-informasi yang tersedia, seperti informasi keuangan tingkat profitabilitas dan informasi non-keuangan seperti tata kelola perusahaan dan pengungkapan CSR untuk melihat upaya manajemen perusahaan untuk mempertahankan keberlanjutan perusahaannya. Bagi manajemen perusahaan, disarankan untuk

konsisten memberikan informasi, baik dari segi keuangan maupun non-keuangan serta dapat memperkuat penerapan tata kelola perusahaan dan tetap melakukan pengungkapan CSR dengan tepat dan optimal agar dapat mencerminkan kondisi perusahaan.

REFERENSI

- Abidin, F. (2021). *BEI Mulai Implementasikan IDX Industrial Classification*. <https://www.idxchannel.com/market-news/bei-mulai-implementasikan-idx-industrial-classification>
- Ayu, I. G., & Novita, D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2297–2324. <https://doi.org/https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/43950/28652>
- Bıçer, Mehmet., & Şit, Ahmet. (2023). The Impact of Corporate Governance Quality on Firm Value: A Case Study on Corporate Governance Index of Borsa Istanbul. *Central European Business Review*, 12(3), 1–19. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.324>
- Dewi, G. A. I. P., & Badera, I. D. N. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Mekanisme Good Corporate Governance, dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(11), 2774–2787. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v>
- Dewi, I. A. A. D. M., & Wirawati, N. G. P. (2024). Pengaruh Komite Audit, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(2), 271–281. <https://doi.org/10.24843/EEB.2024.v13.i02.p07>
- Dewi, P. P., & Edward Narayana, I. P. (2020). Implementasi Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3252. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i12.p20>
- Handayati, P., Sumarsono, H., & Narmaditya, B. S. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure and Indonesian Firm Value: the Moderating Effect of Profitability and Firm's Size. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(4), 703–714. <https://doi.org/10.15549/jecar.v9i4.940>
- Harjoto, M., & Laksmana, I. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Risk Taking and Firm Value. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 353–373. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3202-y>
- Hermawaty, N., & Sudana, I. P. (2023). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(5), 1240–1254. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i05.p07>
- IDX. (2021). *Indonesia Stock Exchange Data 2021*.
- Inastri, M. A., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(2), 1400–1429. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p20>
- Kamaliah. (2020). Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) and Its Implications on Company Value as a Result of The Impact of Corporate Governance and Profitability. *International Journal of Law and Management*, 62(4), 339–354. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197>
- Kebon, S. M. A. M., & Suryanawa, I. K. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance dan Investment Opportunity Set pada Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1534–1563. <https://udayananetworking.unud.ac.id/lecturer/publication/2777-i-ketut-suryanawa/pengaruh-good-corporate-governance-dan-investment-opportunity-set-pada-nilai-perusahaan-di-bursa-efek-indonesia-5308>
- Kurnia, A. D., & Wirasedana, I. W. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Komponen Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI. In *E-Jurnal Akuntansi* (Vol. 24). <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p04>
- Laksmi, A. A. S. D., & Wirawati, N. G. P. (2022). Profitabilitas, Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate social responsibility dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(4), 1046–1056. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v>
- Le, T. T., & Nguyen, V. K. (2022). The Impact of Corporate Governance on Firms' Value in an Emerging Country: The Mediating Role of Corporate Social Responsibility and Organisational Identification. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2018907>
- Machmuddah, Z., Sari, D. W., & Utomo, S. D. (2020). Corporate social responsibility, profitability and firm value: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 631–638. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.631>
- Merendino, A., & Melville, R. (2019). The board of directors and firm performance: empirical evidence from listed companies. *Corporate Governance (Bingley)*, 19(3), 508–551. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2018-0211>
- Nugroho, W. C. (2023). Efek Mediasi Profitabilitas Pada Pengaruh Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(3), 648. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i03.p05>

- OECD. (2004). *OECD principles of corporate governance*. OECD.
- Pramestie, L., & Atahau, A. D. R. (2021). GCG, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan Asuransi: efek Moderasi Ukuran Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 10(4), 395–415. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i04.p05>
- Pramitha, I. A. Y., & Sudana, I. P. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(3), 615–634. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i03.p08>
- Pramudita, A., & Gantino, R. (2023). The Influence Of Profitability Ratio, Liquidity Ratio, Firm Size And Inventory Turnover On Firm Value (PBV) (Study On Food And Beverage And Cosmetics And Household Sub-Sector Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange 2016-2021 Period). *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(01), 24–32. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i1-04>
- Rachman, W. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. 4(1), 37–50.
- Sedani, N. L. G. A. S., & Sari, M. M. R. (2024). The Impact of CSR Disclosure on Firm Value: Moderating Roles of Profitability and Firm Size. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(7), 1793–1806. <https://doi.org/10.24843/EJA.2024.v34.i07.p12>
- Siddhi, P. A. P. M., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2024). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Leverage dan Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(5). <https://doi.org/10.24843/eja.2024.v34.i05.p17>
- Sugiantari, N. K. D. F., & Sisdyani, E. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(10), 2004–2012 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Susilawati, S., Arifiyanti, D., Samukri, Suryaningsih, M., & Kuraesin, A. D. (2024). Green Accounting, Csr Disclosure, Firm Value, and Profitability Mediation. *Ikonomicheski Izsledvania*, 2024(1), 14–26. https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2024/2024-1/02_Susi-Susilawati.pdf
- Tarigan, J., Hatane, S. E., Stacia, L., & Widjaja, D. C. (2019). Corporate Social Responsibility Policies and Value Creation: Does Corporate Governance and Profitability Mediate that Relationship? *Investment Management and Financial Innovations*, 16(2), 270–280. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.23](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.23)
- Titisari, K. H., Moeljadi, Ratnawati, K., & Indrawati, N. K. (2019). The Roles of Cost of Capital, Corporate Governance, and Corporate Social Responsibility in Improving Firm Value: Evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 16(4), 28–36. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(4\).2019.03](https://doi.org/10.21511/imfi.16(4).2019.03)
- Wardhani, A. A. I. M. K., & Sari, M. M. R. (2024). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(3), 567–576. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Wibowo, I. A., & Surjandari, D. A. (2023). Capital Structure, Company Size and Profitability Influence on Company Value with Managerial Ownership as Moderation Variables. *International Journal of Social Service and Research*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i1.212>
- Widianingsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, serta Komite Audit pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(1), 38–52. <https://doi.org/10.29040/jap.v19i1.196>
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2297–2324. <https://doi.org/doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p15>
- Zabri, S. M., Ahmad, K., & Wah, K. K. (2015). Corporate Governance Practices and Firm Performance: Evidence from Top 100 Public Listed Companies in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35(2016), 287–296. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00036-8](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00036-8)