

## The Effect of Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility and Firm Size on Company Value with Good Corporate Governance as a Moderating Variable in Technology Companies Listed on the Bei in 2019-2022

Megawati Ajo Putri<sup>1\*</sup>, Yuliusman<sup>2</sup>, Rahayu<sup>3</sup>  
Universitas Jambi

**Corresponding Author:** Megawati Ajo Putri [mega.siakworld@gmail.com](mailto:mega.siakworld@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility, Firm Size, Company Value

*Received :* 2 July

*Revised :* 13 July

*Accepted:* 20 August

©2023 Putri, Yuliusman, Rahayu: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence of the influence of Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility and Firm Size on Company Value with Good Corporate Governance as a moderating variable. The population in this study are technology sector companies listed on the IDX in 2019-2022. The sample in this study were 11 companies for 4 years, so the total sample was 44. The data analysis technique used was Moderate Regression Analysis (MRA) with a significance level of 5%. The results showed that the variable profitability and firm size had an effect on firm value, while leverage and corporate social responsibility had no effect on firm value. Good corporate governance variables can moderate profitability and firm size on firm value, but cannot moderate leverage and corporate social responsibility variables on firm value

## Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Teknologi yang Tercatat di Bei Tahun 2019-2022

Megawati Ajo Putri<sup>1\*</sup>, Yuliusman<sup>2</sup>, Rahayu<sup>3</sup>

Universitas Jambi

**Corresponding Author:** Megawati Ajo Putri [mega.siakworld@gmail.com](mailto:mega.siakworld@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Profitability, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*, *Firm Size*, *Company Value*

*Received :* 2 July

*Revised :* 13 July

*Accepted:* 20 August

©2023 Putri, Yuliusman, Rahayu: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel pemoderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 11 perusahaan selama 4 tahun, sehingga total sampel berjumlah 44. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderate Regression Analysis* (MRA) dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel *good corporate governance* dapat memoderasi profitabilitas dan *firm size* terhadap nilai perusahaan, namun tidak dapat memoderasi variabel *leverage* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

---

## PENDAHULUAN

Berkembangnya dunia teknologi saat ini begitu pesat dan telah memasuki setiap segi kehidupan manusia. Dalam dunia teknologi, informasi dijadikan teknologi terpercaya untuk mengelola informasi di setiap aktifitas manusia di berbagai bidang. salah satu tujuan utama perusahaan adalah dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Jika suatu perusahaan berkinerja dengan baik, maka perusahaan akan mempunyai nilai tambah dalam mencapai tujuannya. Dalam era saat ini, fokus yang tinggi diberikan pada fenomena digitalisasi. Hal ini menarik perhatian berbagai pihak, termasuk para profesional, peneliti, dan investor (Salvi et al., 2020). Dalam pengambilan keputusan mereka, investor selalu memperhitungkan informasi mengenai transformasi digital yang dilakukan oleh perusahaan (Agostino et al., 2021). Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan perbaikan dalam kinerja keuangan maupun kinerja non-keuangan untuk memberikan sinyal positif kepada investor agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan nilai ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa ekuitas pasar, nilai buku dari total hutang maupun nilai buku dari total ekuitas. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan itu sendiri. Profitabilitas yang lebih besar menciptakan peluang yang lebih besar bagi perusahaan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan dapat menarik investor untuk berinvestasi, karena profitabilitas memberi sinyal kepada investor melalui permintaan saham.

Selain keuntungan (profitabilitas), nilai suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh leverage. Leverage dapat diinterpretasikan sebagai evaluasi terhadap risiko yang terkait dengan perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi leverage, semakin tinggi risiko investasi yang terkait. Saat menentukan tingkat leverage, perusahaan sebaiknya mempertimbangkannya secara matang karena hal ini dapat menjadi tanggungan bagi perusahaan dan juga memiliki risiko jika perusahaan berada dalam kondisi yang kurang menguntungkan. Penggunaan utang ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut (Mardiyati et al., 2012), peningkatan utang dapat memberikan dua jenis sinyal, yaitu kabar baik dan berita buruk, artinya utang menunjukkan kabar baik ketika peningkatan tersebut mencerminkan kemampuan manajemen untuk menambah nilai perusahaan meningkat.

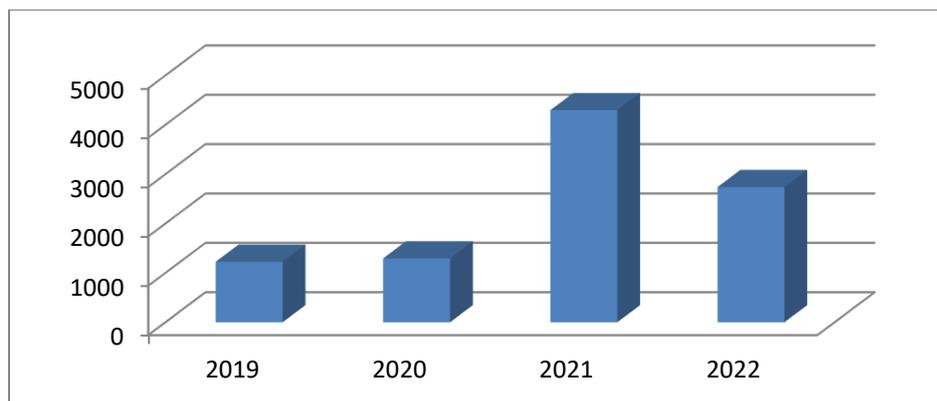
Aturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/POJK.03/2017 menjelaskan bahwa komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan melibatkan upaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan. Dalam konteks ini, manfaatnya akan dirasakan oleh perusahaan, komunitas setempat, dan masyarakat secara umum. Sebuah penelitian berjudul "Laporan Keberlanjutan di Negara-negara ASEAN" yang dilakukan oleh Lawrence & Thomas (2018) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan pada 100 perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 hingga Mei 2018, memiliki tingkat yang relatif rendah. Penelitian ini juga

membandingkan tingkat pengungkapan tersebut dengan empat negara yang termasuk dalam ASEAN, seperti Filipina, Singapura, Thailand dan Malaysia. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan perusahaan publik di Indonesia adalah yang terendah jika dibandingkan dengan 4 negara tersebut.

Sejumlah penelitian telah dilakukan oleh para peneliti mengenai hubungan antara pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan nilai perusahaan. Namun, hasil dari riset-riset tersebut belum konsisten. Narayana & Wirakusuma (2021) dan Nida (2022) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, maka nilai perusahaan juga cenderung meningkat. Di sisi lain, Sabatini & Sudana (2019) dan Tamara & Budiasih (2020) menemukan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, nilai perusahaan justru cenderung menurun. Melihat hasil-hasil penelitian tersebut, para peneliti tertarik untuk melakukan riset empiris yang lebih lanjut mengenai hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungannya memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya. Ekspansi merupakan salah satu upaya perusahaan untuk memperbesar ukuran atau cakupan bisnis. *firm size* dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Menurut (Wardani & Kaleka, 2022) Semakin besar perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, yang berarti investor juga semakin tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan dapat lebih mudah mendapatkan sumber pembiayaan internal dan eksternal dengan adanya ukuran perusahaan yang lebih besar, yang berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik (GCG) memiliki tujuan untuk memberikan nilai tambah bagi semua pihak terkait, dengan menjunjung lima elemen utama: keadilan, transparansi, pertanggungjawaban, independensi, dan akuntabilitas. Namun, penelitian menunjukkan rendahnya pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip GCG oleh pelaku bisnis di Indonesia, seperti yang dikemukakan oleh Fitriyani (2019) dan berbagai lembaga riset independen.

Industri teknologi di Indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam periode tersebut, industri teknologi berhasil meraih popularitas di kalangan masyarakat karena demografi Indonesia yang didominasi oleh generasi muda yang memiliki pemahaman teknologi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasar teknologi di Indonesia memiliki potensi yang menjanjikan. Meskipun demikian, sektor teknologi merupakan sektor saham yang relatif baru dan rentan terhadap fluktuasi pasar dan kondisi ekonomi baik di tingkat nasional maupun internasional Chusna (2023). Dalam kurun waktu lebih dari satu tahun setelah diluncurkan, nilai indeks sektor teknologi mengalami kenaikan yang signifikan hingga melebihi tiga kali lipat pada akhir Mei 2021 hingga awal Agustus 2021, sebagaimana terlihat dalam grafik berikut ini.



Gambar 1. Nilai Indeks Sektor Teknologi

Sumber : ICMD (Indonesia Capital Market Directory) (Diolah Oleh Peneliti)

Berdasarkan gambar berikut dapat dilihat pada pertumbuhan rata-rata harga saham perusahaan teknologi tahun 2019-2022 mengalami kenaikan yang cukup besar ditahun 2021. Pada tahun 2019 rata-rata harga saham senilai Rp.1.225,22 dan meningkat di tahun 2020 menjadi Rp.1.292,5, kemudian meningkat lagi di tahun 2021 menjadi senilai Rp.4.297,14 namun kemudian mengalami penurunan ditahun 2022, harga saham menjadi Rp.2.739,44, Menurut Damayanthi (2019) dan Hirdinis, (2019) menemukan meningkatkan kepercayaan investor pada perusahaan dapat dilihat melalui kenaikan harga saham, dengan begitu perusahaan akan mendapatkan prospek masa depan yang baik.

Objek penelitian diambil dari perusahaan teknologi yang terdaftar di BEI. Alasan memilih sektor teknologi ini adalah didasarkan atas pertimbangan dengan keadaan sektor teknologi yang tergolong baru di BEI dan sedang berkembang pesat dalam periode 2019-2022. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran dan bukti empiris bagaimana kondisi perusahaan yang diukur dari tingkat profitabilitas, *leverage*, CSR dan *firm size* terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel pemoderasi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori signaling

*Signaling theory* menjelaskan mengapa perusahaan perlu berbagi informasi pelaporan keuangan dengan pihak eksternal. Motivasi ini disebabkan adanya asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar, karena perusahaan mengetahui lebih banyak tentang perusahaan dan prospek masa depannya daripada pihak luar. Menurut Aufa (2018) saat informasi disebar dan pelaku pasar telah menerima informasi tersebut, pelaku pasar akan menginterpretasikannya dan menganalisis informasi tersebut termasuk sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika informasi merupakan sinyal baik bagi investor, volume perdagangan saham akan berubah, minat investor terhadap saham perusahaan akan meningkat, dan nilai perusahaan akan meningkat.

### **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan membahas adanya korelasi keagenan yang didalamnya ada pemisahan antara kepemilikan serta pengelolaan yang dilakukan oleh personel profesional. Tujuan pemisahan manajemen dari pemilik perusahaan merupakan memaksimalkan laba yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan biaya sekecil mungkin. Mengingat tujuan utama perusahaan harus berkembang untuk pemegang sahamnya dengan mencari perusahaan yang optimal, maka diperlukan mekanisme pengendalian tata kelola internal dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik untuk meminimalkan tindakan yang dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan (Anggarini, 2013).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan terbesar bagi pemegang saham ketika harga saham meningkat (Wulandari, 2019). Seseorang dapat berbicara tentang nilai perusahaan yang baik jika hasil perusahaan juga baik. Nilai perusahaan adalah keadaan yang dicapai perusahaan sebagai tanda kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah beberapa tahun menjalani proses operasional, yaitu sejak berdirinya perusahaan hingga saat ini. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan biasanya diukur dari beberapa faktor. Salah satunya adalah harga saham perusahaan, karena harga saham perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap saham perusahaan secara keseluruhan (Marcelina, 2019). Penelitian ini menggunakan indikator *Price Book Value* (PBV), karena PBV sering digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Rasio ini dapat memberikan gambaran tentang kemungkinan pergerakan harga saham, sehingga berdasarkan uraian tersebut rasio PBV secara tidak langsung mempengaruhi harga saham.

### **Profitabilitas**

Terwujudnya profit atau keuntungan merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, mencapai laba atau laba yang optimal merupakan tujuan utama dari setiap badan usaha atau perusahaan. Menurut Kadim & Sunardi (2019) profitabilitas memegang peranan penting dalam mengukur proses operasional di perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan efektifitas serta efisiensi perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator keuangan untuk menentukan kemampuan perusahaan agar menghasilkan laba dimasa depan seperti aset dan modal. Dalam penelitian akan menggunakan ROA sebagai indikator profitabilitas. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Sehingga, diketahui perusahaan telah secara efisien dalam memanfaatkan keuntungannya dalam kegiatan operasional perusahaan.

Penelitian yang juga menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan oleh Yuesti et al., (2020), Luh et al., (2019), Trisnadewi & Amlayasab, (2020), Made et al., (2019), Utami & Hasan, (2021), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Leverage**

Berdasarkan *pecking order theory* menjelaskan bahwa perusahaan lebih memilih untuk pembiayaan hutang dibandingkan menerbitkan saham baru karena biaya yang dibutuhkan lebih rendah dengan pajak yang kecil akibat bunga yang dibayarkan (Sunarto et al., 2020). Menurut Fahmi (2013) rasio *leverage* memperkirakan seberapa besar perusahaan didanai melalui utang. Penggunaan hutang yang berlebihan dapat merugikan perusahaan sebab perusahaan akan ada pada kategori *leverage* ekstrim dimana perusahaan terperangkap pada tingkat utang tinggi dan pembabasan utang sulit, sehingga perusahaan harus menyeimbangkan jumlah utang yang layak diambil serta sumber darimana yang dapat digunakan untuk melunasi utang. Indikator untuk menghitung *leverage* yang digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER).

Andika et al., (2021) meneliti pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dan menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Wulandari & Wiksuana, (2017) dan Safitri et al., (2018) mengatakan variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan Made et al., (2019) yang mengatakan variabel *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan pada nilai perusahaan.

### **Corporate Social Responsibility**

Wulandari (2019) Mengatakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah mekanisme perusahaan yang secara sadar mengintegrasikan pertimbangan lingkungan sosial dalam kegiatan bisnis dan interaksinya dengan pemangku kepentingan dan melampaui tanggung jawab hukum. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial dan UU No. 40 Tentang Perseroan Terbatas Tahun 2007 merupakan aturan untuk program tanggung jawab sosial. Berdasarkan Undang-undang tersebut maka perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial agar dapat menjaga sumber daya, sehingga tidak terjadi kerusakan.

(Waskita, 2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR sebagai variabel independen tidak dapat mempengaruhi kenaikan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian (Nida, 2022) yang menunjukkan CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa ditemukan oleh (Dina et al., 2021) yang mengungkapkan Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Firm Size**

*Firm size* adalah skala pengukuran yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara seperti total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tercermin dari total aset perusahaan yang dapat digunakan untuk mengoperasikan perusahaan. Ketika perusahaan memiliki neraca yang besar, manajemen lebih leluasa dalam menggunakan aset perusahaan (Nirmalasari, 2017). Penelitian Novari & Lestari (2016) menemukan Kepercayaan investor juga dapat diukur dari ukuran perusahaan. Semakin besar

perusahaan maka semakin dikenal di masyarakat, sehingga semakin mudah untuk mencari informasi yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

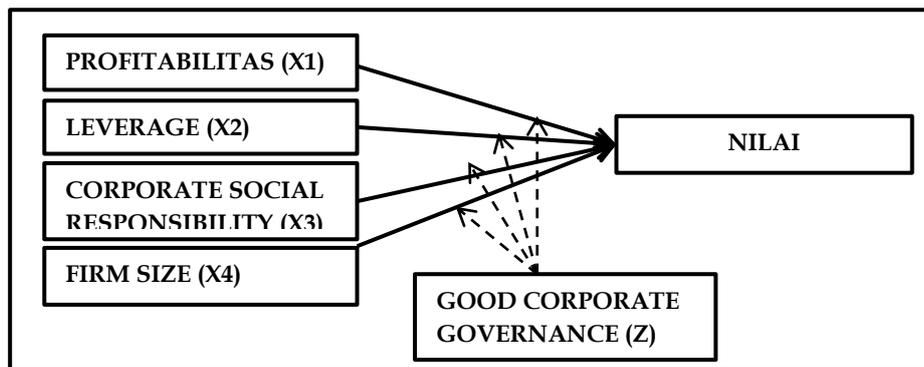
Hasil penelitian dari Wardani & Kaleka (2022), Pramana & Mustanda (2016), dan Widyaningsih et al., (2022) yang mengatakan bahwa *firm size* atau ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Surya Abbas et al., (2020) mendapatkan hasil yang negatif terhadap nilai perusahaan.

### **Good Corporate Governance**

*Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) menjelaskan *corporate* sebagai seperangkat aturan yang mengatur hubungan antara pemilik, manajemen senior (direktur), kreditur, dewan direksi, karyawan dan pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya dalam hal hak dan kewajiban, atau dengan kata lain: pengaturan dan kontrol sistem perusahaan. Menurut FCGI, tujuan GCG adalah untuk menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan. Mekanisme *corporate governance* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepemilikan institusional, karena kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen, dengan adanya kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal.

Penelitian terdahulu seperti Suryawati & Puspitasari (2019) dan Widyaningsih et al., (2022) yang mengatakan GCG tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda yang diungkapkan oleh Purwaningsih (2022) bahwa GCG memberikan efek moderasi dan memperkuat hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Dari kajian pustaka yang telah dijabarkan, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

### **Hipotesis**

- H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H2 : Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H3 : Corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H4 : Firm Size berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H5 : Good corporate governance mampu memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan

- H6 : Good corporate governance mampu memoderasi hubungan leverage dengan nilai perusahaan
- H7 : Good Corporate Governance mampu memoderasi hubungan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan
- H8 : Good Corporate Governance mampu memoderasi hubungan Firm Size terhadap nilai perusahaan

## METODOLOGI

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang berdasarkan data berupa angka-angka dijabarkan menjadi satu analisis secara sistematis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari perusahaan sektor teknologi di BEI dengan menggunakan Teknik Purposive sampling. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, maka didapat sampel perusahaan sektor teknologi sebanyak 11 perusahaan dari populasi sebanyak 41 perusahaan teknologi yang terdaftar di BEI, dengan waktu pengamatan 4 tahun dimulai dari 2019 sampai dengan 2022. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian adalah 11 di kali 4 tahun terakhir sama dengan 44 sampel.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang berasal dari laporan keuangan perusahaan sektor teknologi yang dipublikasikan di BEI periode tahun 2019-2022, yang termuat dalam *annual report*. Sumber data sekunder diperoleh dari Indonesian *Capital Market Directory* (ICMD) dan Indonesian *Stock Exchange* (IDX) *Statistic* 2019-2022, website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan perusahaan sektor teknologi yang terdapat dalam IDX *Statistic* dan ICMD tahun 2019-2022. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian adalah variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderasi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X1), Leverage (X2), Corporate Social Responsibility (X3), dan Firm Size (X4). Kemudian variabel adalah Good Corporate Governance (Z).

## HASIL PENELITIAN

### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
ROA	44	-,122	,537	,05484	,015695	,104106
DER	44	,028	78,609	3,35470	1,856183	12,312527
CSR	44	,011	,451	,23325	,016465	,109219
LN	44	21,327	31,426	27,75325	,344832	2,287357
GCG	44	,100	,943	,56770	,033242	,220500
PBV	44	,181	317,109	28,01300	11,876263	78,778219
Valid N (listwise)	44					

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Variabel Nilai Perusahaan (Y) dengan indikator PBV memperoleh rata-rata sebesar 28,01300 dengan standar error sebesar 11,876263. Standar deviasi sebesar 78,778219. Dan nilai tertinggi dari nilai perusahaan adalah sebesar 317,109 sedangkan nilai terendahnya adalah sebesar 0,181.
- Variabel Profitabilitas (X1) dengan indikator ROA memperoleh rata-rata sebesar 0,05484 dengan standar error sebesar 0,015695. Standar deviasi sebesar 0,104106. Dan nilai tertinggi dari profitabilitas adalah sebesar 0,537 sedangkan nilai terendahnya adalah sebesar -0,122.
- Variabel *Leverage* (X2) dengan indikator DER memperoleh rata-rata sebesar 3,35470 dengan standar error sebesar 1,856183. Standar deviasi sebesar 12,312527. Dan nilai tertinggi dari *leverage* adalah sebesar 78,609 sedangkan nilai terendahnya adalah sebesar 0,028.
- Variabel *Corporate Social Responsibility* (X3) dengan penilaian standar GRI G4 memperoleh rata-rata sebesar 0,23325 dengan standar error sebesar 0,016465. Standar deviasi sebesar 0,109219. Dan nilai tertinggi dari *corporate social responsibility* adalah sebesar 0,451 sedangkan nilai terendahnya adalah sebesar 0,011.
- Variabel *Firm Size* (X4) dengan indikator Logaritma natural (Ln) memperoleh rata-rata sebesar 27,75325 dengan standar error 0,344832. Standar deviasi sebesar 2,287357. Dan nilai tertinggi dari *Firm Size* adalah sebesar 31,426 sedangkan nilai terendahnya adalah sebesar 21,327. Nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi, yang berarti menunjukkan simpangan data yang relatif kecil.
- Variabel *Good Corporate Governance* (Z) dengan mekanisme kepemilikan institusional memperoleh rata-rata sebesar 0,56770 dengan standar error sebesar 0,033242. Standar deviasi sebesar 0,220500. Dan nilai tertinggi dari *good corporate governance* adalah sebesar 0,943 sedangkan nilai terendahnya adalah sebesar 0,100.

**Uji Asumsi Klasik**

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	26,86845766
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,072
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil output pada tabel 2 dijelaskan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas (ROA), *leverage* (DER), *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), dan *Firm Size*, variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* (GCG), dan variabel dependen nilai perusahaan (PBV) setelah dilakukan uji normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 dengan tingkat signifikansi 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji signifikansi *kolmogorof smirnov* lebih besar dengan 0,05 (0,200>0,05), dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,999	3,797		2,897	,006
	ROA	-3,119	3,137	-,157	-,994	,326
	DER	-,002	,026	-,010	-,061	,952
	CSR	3,234	2,940	,171	1,100	,278
	LN	-,174	,142	-,192	-	,227
	GCG	-2,271	1,480	-,242	-	,133
					1,534	

a. Dependent Variable: LN\_RES

Dari hasil output pada tabel 3 menunjukkan tidak mengandung heteroskedastisitas. Bila signifikansi X1 sebesar 0,326 lebih besar dari 0,05 maka persamaan tersebut mengandung homoskedastisitas, hasil X2 dengan signifikansi 0,952 lebih besar dari 0,05 maka persamaan tersebut mengandung homoskedastisitas, X3 dengan signifikansi 0,278 lebih besar dari 0,05 maka persamaan tersebut mengandung homoskedastisitas, X4 sebesar 0,227 lebih besar dari 0,05 maka persamaan tersebut mengandung homoskedastisitas dan

variabel Z dengan signifikansi 0,133 lebih besar dari 0,05 maka persamaan tersebut mengandung homoskedastisitas.

### Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	,892	1,121
	DER	,896	1,116
	CSR	,923	1,084
	LN	,905	1,105
	GCG	,893	1,120

Dari hasil output hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel tidak lebih dari 10 dan masing-masing variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 maka asumsi tidak terdapat gejala multikolinieritas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,496 <sup>a</sup>	,246	,091	25,43201956

a. Predictors: (Constant), UT\_2, CSR, DER, ROA, LN, GCG, UT\_1

Dari hasil output 5 hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *r square* sebesar 0,246 yang berarti nilai *chi square* hitung sebesar 10,824 diperoleh dari jumlah sampel (n) 44 dikalikan *r square* ( $44 \times 0,246 = 10,824$ ). Nilai *chi square* tabel sebesar 11,070498 (df=5,  $\alpha=0,05$ ). Maka dapat disimpulkan nilai *chi square* hitung lebih kecil dari *chi square* tabel ( $10,824 < 11,070498$ ) yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

### Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,972 <sup>a</sup>	,946	,931	20,648408

a. Predictors: (Constant), FIRM SIZE\*GCG, ROA, CSR, DER, FIRM SIZE, ROA\*GCG, CSR\*GCG, GCG, DER\*GCG

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0,931 yang berarti bahwa 93,1% variabel nilai dependen yang diprosikan dengan nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh profitabilitas, *leverage*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Firm Size* kemudian sisanya yaitu sebesar 6,9% dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Uji Statistik t dengan MRA**

Tabel 7. Hasil Uji Statistik t

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1314,958	97,222		13,525	,000
	ROA	334,761	130,494	,442	2,565	,015
	DER	-11,461	21,517	-1,791	-,533	,598
	CSR	-21,371	117,081	-,030	-,183	,856
	FIRM SIZE	-44,471	3,383	-1,291	-13,144	,000
	GCG	-1984,718	309,921	-5,555	-6,404	,000
	ROA*GCG	-446,567	203,139	-,400	-2,198	,035
	DER*GCG	16,653	30,197	1,856	,551	,585
	CSR*GCG	7,856	181,938	,009	,043	,966
	FIRM SIZE*GCG	67,639	11,147	5,379	6,068	,000

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,565 dengan nilai signifikansi 0,015. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  maka artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dan berlaku sebaliknya. Nilai  $t_{tabel}$  dicari pada distribusi nilai  $t_{tabel}$  dengan signifikansi 5% berdasarkan  $\alpha/2$  atau  $(0,05/2) = 0,025$ ; dan  $(n-k-1)$  atau  $(44-4-1) = 39$  sehingga didapatkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,02269. Diketahui variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $2,565 > 2,02269$ ) serta nilai signifikansi  $0,015 < 0,05$  yang artinya bahwa variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Maka H1 diterima.

Variabel *leverage* (DER) nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,533 dengan nilai signifikansi 0,598. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $-0,533 < 2,02269$ ) serta nilai signifikansi  $0,598 > 0,05$ . Maka variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Atau dengan kata lain H2 ditolak.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,183 dengan nilai signifikansi 0,856. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $-0,183 < 2,02269$ ) serta nilai signifikansi  $0,856 > 0,05$ . Sehingga variabel *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. H3 ditolak.

Variabel *Firm Size* (LN) nilai  $t_{hitung}$  sebesar -13,144 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,68488 maka dapat dikatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  ( $13,144 > 1,68488$ ) serta nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$ . Sehingga variabel *Firm Size* secara parsial berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. H4 diterima.

Variabel interaksi profitabilitas dan *good corporate governance* (ROA\*GCG) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar -2,198 dengan nilai signifikansi 0,035. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas memiliki hubungan negatif dan signifikan pada nilai perusahaan setelah di moderasi oleh variabel GCG. Maka

hipotesis kelima, yang menyatakan bahwa GCG memperlemah hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Variabel interaksi *leverage* dan *good corporate governance* (DER\*GCG) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,551 dengan nilai signifikansi 0,585. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel GCG secara parsial tidak dapat mengubah hubungan antara variabel *leverage* dengan nilai perusahaan. Maka hipotesis keenam, dapat dinilai salah.

Variabel interaksi *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* (CSR\*GCG) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,043 dengan signifikansi 0,966. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa GCG secara parsial tidak dapat mengubah hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Maka hipotesis ketujuh, dapat dinilai salah.

Variabel interaksi *firm size* dan *good corporate governance* (FIRM SIZE\*GCG) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,068 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *firm size* memiliki hubungan positif dan signifikan pada nilai perusahaan setelah di moderasi oleh variabel GCG. Maka hipotesis kedelapan, yang menyatakan bahwa GCG setidaknya dapat memperkuat hubungan *firm size* terhadap nilai perusahaan.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t-statistik didapatkan bahwa hipotesis (H1) variabel profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Temuan penelitian ini menguatkan peneliti sebelumnya Yuesti et al., (2020), Luh et al., (2019), Trisnadewi & Amlayasab, (2020), Made et al., (2019), Utami & Hasan, (2021) yang menyatakan adanya hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan tinggi dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset dapat memiliki kas yang lebih besar. Hal ini membuat perusahaan menempatkan dananya pada pos-pos investasi sehingga menguntungkan di masa yang akan datang.

Penelitian ini konsisten dengan teori sinyal, sebuah teori yang menjelaskan pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak luar perusahaan. Jika informasi tersebut merupakan sinyal baik bagi investor, maka akan terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham dengan naiknya minat investor terhadap saham perusahaan tersebut dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

### 2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t-statistik didapatkan hipotesis (H2) variabel *leverage* tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Temuan ini menguatkan penelitian sebelumnya Andika et al., (2021) yang menemukan hasil penelitian bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, tingkat hutang suatu perusahaan tidak menunjukkan apakah perusahaan tersebut tergolong perusahaan yang menjanjikan atau tidak.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ashary & Muhammad Yunus Kasim, 2019) dan (Widyaningsih et al., 2022), yang

menemukan adanya pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Faktor yang menjadi alasan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan di sektor teknologi disebabkan karena rata-rata perusahaan teknologi belum dapat mengelola hutangnya dengan baik sehingga laba yang dihasilkan tidak sebanding dengan hutang yang di tanggung perusahaan.

### **3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t-statistik didapatkan variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka penerapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya. Temuan ini menguatkan penelitian sebelumnya (Waskita, 2015) yang menemukan bahwa CSR sebagai variabel independen tidak dapat mempengaruhi kenaikan nilai perusahaan. Salah satu alasan tidak berpengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan juga disebabkan karena dari hasil pengungkapan CSR rata-rata pada perusahaan teknologi untuk tahun 2019 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI. Dengan demikian kualitas pengungkapan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **4. Pengaruh *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t-statistik didapatkan variabel *Firm Size* menggunakan perhitungan dengan logaritma natural (LN) mempengaruhi variabel nilai perusahaan di dukung oleh hasil penelitian. Pada perusahaan besar yang sahamnya tersebar luas, peningkatan modal saham memiliki pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan saham tersebut memiliki pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya kendali pihak pengendali dalam perusahaan tersebut atau berpindah. Di sisi lain, pada perusahaan kecil yang sahamnya hanya didistribusikan di lingkungan kecil, peningkatan jumlah saham berdampak besar pada kemungkinan pihak pengendali kehilangan kendali atas perusahaan tersebut. Akibatnya, perusahaan besar dengan saham yang dimiliki secara luas lebih mungkin daripada perusahaan kecil untuk menerbitkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam membiayai pendapatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Surya Abbas et al., 2020) yang menyatakan nilai *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin rendah nilai *firm size*, maka Nilai Perusahaan akan semakin rendah.

### **5. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi**

Hipotesis penelitian yang pertama (H1) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, setelah peneliti melakukan pengujian hipotesis GCG yang diproksikan oleh kepemilikan institusional dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dimoderasi oleh GCG yang diproksikan oleh kepemilikan institusional. Dalam hal ini, GCG memiliki kekuatan untuk memperlemah nilai perusahaan yang dibawa oleh profitabilitas. Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purwaningsih, 2022) yang menemukan terdapat hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan yang diperkuat melalui tata kelola perusahaan yang baik. GCG yang berjalan efektif dapat mempengaruhi efek

moderasi sehingga memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan teori keagenan yang menegaskan adanya korelasi keagenan yang didalamnya ada pemisahan antara kepemilikan serta pengelolaan yang dilakukan oleh personel profesional. Tujuan pemisahan manajemen dari pemilik perusahaan merupakan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh perusahaan menggunakan biaya sekecil mungkin.

#### **6. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi**

Hipotesis penelitian yang pertama dilakukan (H2) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, setelah peneliti melakukan pengujian hipotesis variabel GCG secara parsial tidak mampu mengubah hubungan variabel *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan GCG bukan menjadi moderator untuk variabel *leverage* dan nilai perusahaan. Nilai dari rata-rata penerapan GCG pada perusahaan sektor teknologi pada tahun 2019-2022 mengalami kenaikan dan penurunan yang fluktuatif dikarenakan penerapan GCG yang belum efektif dan juga adanya pandemi covid 19 yang melanda pada tahun 2019 hingga 2020 yang juga menjadi salah satu faktor penurunan nilai penerapan GCG. Sehingga menjadikan tidak adanya pengaruh dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizki, 2020) dan (Suta et al., 2016) yang menemukan bahwa *good corporate governance* dengan kepemilikan institusional dapat memperkuat hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi *leverage* diikuti dengan kenaikan nilai kepemilikan institusional akan menambah nilai perusahaan.

#### **7. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi**

Hipotesis penelitian yang pertama dilakukan (H3) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, setelah peneliti melakukan pengujian hipotesis, GCG secara parsial tidak dapat mengubah hubungan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kristanti, 2022) dan (Ayem & Putri, 2023) yang menemukan variabel kepemilikan institusional mampu memoderasi dan memperkuat hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Temuan ini memberikan bukti bahwa kepemilikan institusional akan cenderung mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi kepada khalayak yang lebih luas daripada kepemilikan manajerial.

#### **8. Pengaruh *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi**

Hipotesis penelitian yang pertama dilakukan (H4) menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, setelah peneliti melakukan pengujian hipotesis GCG setidaknya dapat memperkuat hubungan *firm size* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardani & Kaleka, 2022) yang menemukan *Good corporate governance* mampu

memoderasi hubungan antara *firm size* dengan nilai perusahaan, yang dalam hal ini adalah memperkuat hubungan *firm size* terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar, akan memiliki masalah keagenan yang besar pula, sehingga perusahaan membutuhkan GCG agar perusahaan dapat terkontrol dan terarah. Sehingga kualitas perusahaan akan semakin baik dan dapat menarik para investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang di proksikan dengan ROA dan *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* yang diproksikan dengan DER dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel *good corporate governance* dapat memoderasi profitabilitas dan *firm size* terhadap nilai perusahaan, namun tidak dapat memoderasi variabel *leverage* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### **PENELITIAN LANJUTAN**

Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian dari sektor perusahaan lain yang terdaftar di BEI, dan dapat menambah proksi variabel GCG seperti kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dan komite audit, selanjutnya dapat mengubah atau menambah variabel moderasi seperti *capital structure*. Penelitian selanjutnya dapat menambah proksi variabel independen profitabilitas seperti *Return on Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, serta variabel *leverage* seperti *Debt Ratio (DR)*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agostino, D., Saliterer, I., & Steccolini, I. (2021). *Digitalization , accounting and accountability : A literature review and reflections on future research in public services*. August, 152–176. <https://doi.org/10.1111/faam.12301>
- Anggarini, N. P. D. (2013). Dampak Pemecahan Saham Terhadap Likuiditas Dan Abnormal Return Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Ashary, F., & Muhammad Yunus Kasim. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 5(September), 330–338.
- Aufa, Y. Q. (2018). *pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel pemoderasi*.
- Ayem, S., & Putri, Y. H. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan tax planning Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan institusional sebagai Variabel moderasi. *Journal of Economics and Business*, 7. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.801>
- Chusna, F. (2023). *Daftar Saham Teknologi Terbaik di Indonesia (2023)*. Investbro.Id. <https://investbro.id/saham-teknologi-terbaik/>
- Damayanthi, I. G. A. E. (2019). Fenomena Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 208. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p06>
- Dina, A., Zaitul, Z., & Herawati, H. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Subsektor Transportasi tahun 2015-2019)*. 29–40.
- Fitriyani, A. I. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. (Vol. 8, Issue 5).
- Georgeta, & Florinita. (2013). A Study of the Relationship between Corporate Social responsibility - Financial Performance - Firm Size. *The Bucharest University of Economic Studies*.
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas ,Ukuran Perusahaan Terhadap Leverage Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan Cosmetics and

- Household yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.32493/skt.v3i1.3270>
- Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3). <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Lawrence, L., & Thomas. (2018). *Sustainability Reporting in Asean Countries*. Centre for Governance, Institutions & Organisations.
- Luh, N., Rahmantari, L., Sitiari, N. W., Bagus, I., & Dharmanegara, A. (2019). *Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange*. 6, 121–129.
- Made, N., Dewi, L., & Suputra, I. D. G. D. (2019). *Pengaruh Profitabilitas dan Leverage pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Pendahuluan Nilai perusahaan diartikan sebagai perseps*. 28, 26–54.
- Marcelina, V. (2019). *Jurnal Akuntansi Universitas Jember Vol. 17 No. 1 (2019)*. 17(1), 13–27.
- Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Putri, R. (2012). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2005-2010*. 3(1), 1–17.
- Narayana, I. P. L., & Wirakusuma, M. G. (2021). Pengungkapan CSR pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 862–879. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i04.p06>
- Nida, N. K. N. L. (2022). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>
- Nirmalasari, S. (2017). Pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol (perusahaan manufaktur di BEI). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 1–122. [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11936/1/Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11936/1/Pengaruh%20Good%20Corporate%20Governance%20Terhadap%20Nilai.pdf)

- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Pramana, I. G. N. A. D., & Mustanda, I. K. (2016). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Pemoderasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561–594.
- Purwaningsih, S. (2022). Effect of Tax Avoidance and Profitability on Firm Value: Corporate Transparency as a Moderating Variable. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 6, 196–203. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2022/v22i2130703>
- Putra, B. A. I., & Sunarto. (2021). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economics and Business*, 5(1), 149–157. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Rizki, ardita ayu sulam. (2020). Pengaruh Kebijakan Utang Dan Profitabilitas Terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(1). <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i1.5939>
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Safitri, Y., Abrar, & Budi, E. S. (2018). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Accounting Universitas Pandanaran Semarang*, 1(4), 1–18.
- Salvi, A., Vitolla, F., Rubino, M., Giakoumelou, A., & Raimo, N. (2020). Online information on digitalisation processes and its impact on firm value. *Journal of Business Research*, October. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.025>
- Sunarto, Trijono, A. L. H., & Oktaviani, R. M. (2020). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Company Value: The Moderating Effect of Dividend Policy. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(3s), 3326–3338.
- Surya Abbas, D., Dillah, U., & Sutardji. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. 17 No.01). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(01), 42–49.

- Suryawati, B. N., & Puspitasari, D. (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(1), 17-26. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i1.26>
- Suta, I. W. P., Agustina, P. A. A., & Sugiarta, I. N. (2016). Pengaruh Kebijakan Utang pada Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(3), 173-185.
- Tamara, I. G. A. A. T. I., & Budiasih, I. G. A. N. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1221. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i05.p12>
- Trisnadewi, A. A. E., & Amlayasab, A. B. (2020). *Corporate Values : The Role of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership and Profitability in Indonesia*. 7, 279-287.
- Utami, E. S., & Hasan, M. (2021). *The Role of Corporate Social Responsibility on the Relationship between Financial Performance and Company Value*. 8(3), 1249-1256. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1249>
- Wardani, D. K., & Kaleka, W. W. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 20(1), 105-123.
- Waskita, P. A. (2015). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi. In *E-Jurnal Manajemen Unud* (Vol. 4, Issue 4).
- Widyaningsih, D., Susilowati, H., & Andriana, M. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Csr Dan Gcg Sebagai Variabel Moderating Dewi Widyaningsih 1\* , Heni Susilowati 2 , Myra Andriana 3*. 15(3), 289-303.
- Wulandari, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. In *Uin Syarif Hidayatullah Jakarta* (Vol. 8, Issue 5). universitas islam negeri syarif hidayatullah jakarta.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278-1311. [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/46fb81dc3dcd1](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/46fb81dc3dcd1)

ccd0b913fcc2caaffdb.pdf

Yuesti, A., Rumanti, I. G. A. R., Kepramareni, P., & Suardhika, I. N. (2020). Role of Corporate Social Responsibility in Supply Chain Management and Increasing Corporate Value. *Journal of Supply Chain Management*, 9, 869–875.