

Pengaruh Profitabilitas, Tata Kelola Perusahaan, dan Tanggung Jawab Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Iip Nurhanapia¹, Andar Febyansyah²

^{1,2} Universitas Esa Unggul, Indonesia

E-mail: han178512@student.esaunggul.ac.id¹, andar.febyansyah@esaunggul.ac.id²

Article History:

Received: 24 September 2025

Revised: 03 November 2025

Accepted: 24 November 2025

Keywords: Profitabilitas, Tata Kelola Perusahaan, CSR, Nilai Perusahaan, Manufaktur

Abstract: Studi ini dilaksanakan dengan tujuan menguji bagaimana profitabilitas, mekanisme tata kelola perusahaan, serta praktik tanggung jawab sosial memengaruhi nilai perusahaan manufaktur selama periode 2021 hingga 2023. Nilai perusahaan diproses melalui rasio Price to Earnings Ratio (PER). Sementara itu, profitabilitas direpresentasikan oleh Return on Assets (ROA), tata kelola perusahaan diukur melalui proporsi komisaris independen, dan tanggung jawab sosial dipresentasikan dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Sampel ditentukan melalui teknik purposive sampling, menghasilkan 84 emiten manufaktur dengan total 252 unit data selama tiga tahun observasi. Temuan empiris menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara individual, masing-masing variabel memiliki tingkat signifikansi $<0,05$ dengan nilai t-hitung melebihi t-tabel. Secara kolektif, uji simultan menghasilkan p-value 0,006 ($<0,05$) dengan F-hitung 377,486, melampaui nilai F-tabel. Nilai R^2 sebesar 0,818 mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 81,8% variasi dalam nilai perusahaan, sedangkan sisanya 18,2% dijelaskan oleh faktor eksternal lainnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menggarisbawahi bahwa baik faktor keuangan (ROA) maupun non-keuangan (tata kelola dan CSR) berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan manufaktur di Indonesia. Oleh karena itu, riset lanjutan disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Dalam konteks bisnis modern, nilai perusahaan menjadi tolok ukur penting bagi investor maupun pemangku kepentingan untuk menilai kinerja serta prospek jangka panjang suatu entitas. Nilai tersebut tidak hanya menggambarkan potensi pertumbuhan, tetapi juga mencerminkan aspek keberlanjutan, reputasi, serta kemampuan perusahaan dalam bersaing menghadapi dinamika ekonomi global (Hu *et al.*, 2021). Menurut (Yulianti & Maulana, 2021) nilai perusahaan merefleksikan persepsi pasar terhadap efektivitas manajemen dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Untuk itu, perusahaan dituntut mengembangkan kebijakan dan strategi yang mampu menjaga serta meningkatkan nilai tersebut secara berkesinambungan.

Menurut data *Indonesia Stock Exchange*, nilai perusahaan sektor manufaktur pada 2021–2023 rata-rata menunjukkan tren yang cenderung menurun. Pada 2021 terdapat nilai perusahaan negatif atau bermasalah seperti OPMS (-233.755) dan SQMI (-50.875). Pada 2022, sebagian perusahaan mengalami penurunan signifikan, seperti ADMG dari 50.454 (2021) langsung turun ke negatif -1.396, dan NPGF dari 68.741 menjadi -4.235. NIKL menurun hampir setengahnya dari tahun sebelumnya. LMSH, OPMS, dan SQMI tetap berada di zona negatif, menunjukkan masalah berkelanjutan. Ditambah lagi pada 2023, NIKL mengalami penurunan drastis dari 230.129 (2022) menjadi negatif -209.210. Hal ini menjadi penurunan paling drastis dibandingkan perusahaan lain. Selain itu, Polychem Indonesia Tbk (ADMG) juga turun dari 2021 menjadi negatif sejak 2022 hingga 2023. Kondisi ini menunjukkan terjadinya masalah dalam pengelolaan sehingga nilai perusahaan memburuk di mata investor dan perlu dianalisis faktor yang memengaruhinya. Sementara itu, Perusahaan sektor manufaktur yang merupakan tulang punggung industri nasional dituntut untuk meningkatkan nilai Perusahaan melalui profitabilitas, penerapan GCG yang efektif, dan pelaksanaan CSR secara strategis.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh efektivitas penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) serta konsistensi perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). GCG berperan penting dalam menciptakan sistem pengawasan yang efektif, mengurangi konflik kepentingan, meningkatkan transparansi, serta menarik minat investor (Syofyan, 2021). CSR berfungsi sebagai strategi jangka panjang membangun reputasi positif dan memperkuat peningkatan nilai Perusahaan, terutama di tengah meningkatnya kepedulian Terhadap isu sosial dan lingkungan (Uyun *et al.*, 2024).

Sejumlah penelitian mengindikasikan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang secara konsisten berkontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. (Akhmadi & Januarsi, 2021; Kamiliyah, 2020). Munthe & Syahzuni (2023), Kamaliyah (2020), Putri & Gantino (2023), Akhmadi & Januarsi (2021), Daniel & Hermanto (2023) dan Nurdiniah & Wulansari (2021) menyimpulkan semakin tinggi profitabilitas Perusahaan semakin tinggi pula nilai Perusahaan yang tercermin melalui harga saham maupun persepsi investor. Namun, temuan Aryadita *et al.* (2023) mengungkapkan profitabilitas justru memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Larasati & Gantino (2024) memperlihatkan profitabilitas tidak berdampak signifikan pada dua subsektor yang menjadi objek kajian. Di sisi lain, penurunan profitabilitas dapat menurunkan kepercayaan pasar dan berdampak negatif Terhadap valuasi Perusahaan di bursa saham (Olivia, Putri & Wiksuana, 2021).

Penelitian di berbagai negara menunjukkan bahwa praktik *Good Corporate Governance* (GCG) berperan penting dalam meningkatkan nilai Perusahaan, baik langsung atau melalui mekanisme mediasi seperti CSR dan identitas organisasi (Akhmadi & Januarsi, 2021; Ben Fatma & Chouaibi, 2023; Farooq *et al.*, 2025; Qiu *et al.*, 2021; Seth & Mahenthiran, 2022; Tiep Le & Nguyen, 2022). Di Indonesia, pengaruh GCG Terhadap nilai Perusahaan tidak bersifat seragam,

di mana kepemilikan institusional terbukti signifikan, sementara elemen lain seperti dewan komisaris independen dan komite audit belum menunjukkan hasil yang konsisten. CSR juga terbukti mampu meningkatkan nilai Perusahaan, khususnya bila diintegrasikan dengan manajemen risiko yang efektif dan difokuskan pada kepentingan komunitas serta karyawan, terutama di masa krisis (Kamaliah, 2020). Selain itu, CSR dan kebijakan dividen turut memperkuat persepsi investor Terhadap prospek jangka panjang Perusahaan (Yulianti & Maulana, 2021).

Terdapat perbedaan dengan penelitian Kamaliah (2020) dimana penelitian tersebut menggunakan profitabilitas dan tata Kelola perusahaan sebagai independen dan CSR sebagai moderasi, sedangkan penelitian ini memakai seluruh variabel tersebut sebagai independen. Sampel penelitian Kamaliah (2020) adalah perusahaan terindeks LQ45 selama 2013-2014 sedangkan penelitian ini fokus pada perusahaan sektor manufaktur periode 2021-2023. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana nilai bisnis dipengaruhi oleh profitabilitas, tata kelola perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur antara tahun 2021 dan 2023 menjadi subjek utama penelitian. Hasil temuan yang diperoleh diharap memberi manfaat bagi perusahaan, akademisi, dan investor, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

LANDASAN TEORI

Stakeholder Theory

Menurut Teori Pemangku Kepentingan R. Edward Freeman, sebuah perusahaan memiliki kewajiban terhadap setiap orang yang memiliki kepentingan dalam atau yang terdampak oleh aktivitasnya, bukan hanya para pemegang sahamnya. Para pemangku kepentingan ini meliputi karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat sekitar, serta lingkungan (Dmytriiev et al., 2021). Menurut teori stakeholder, Perusahaan tidak hanya berfokus pada kepentingan pemegang saham semata, melainkan juga memperhatikan berbagai pemangku kepentingan internal dan eksternal seperti investor, kreditur, karyawan, konsumen, masyarakat, serta lingkungan (Friedman & Miles, 2006). Teori ini menekankan pentingnya membangun hubungan saling menguntungkan perusahaan dan pihak yang memiliki kepentingan terhadap kegiatan bisnis. Selain itu, teori ini menjelaskan bahwa Perusahaan yang mampu mengelola hubungan dengan semua pemangku kepentingannya secara efektif berpotensi meraih keunggulan kompetitif yang berdampak positif pada kinerja keuangan (Mahajan et al., 2023). Kesuksesan Perusahaan, Menurut pendekatan ini, penilaian perusahaan tidak semata-mata didasarkan pada tingkat keuntungan finansial, melainkan juga pada kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pemangku kepentingan. Dalam merumuskan keputusan strategis, perusahaan perlu mempertimbangkan kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, juga mampu memberikan nilai tambah bagi seluruh pihak terkait (Dmytriiev et al., 2021).

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan yakni estimasi Terhadap nilai Ekonomi sebenarnya (intrinsic value) dari suatu bisnis yang didasarkan pada fundamental seperti arus kas masa depan, tingkat pertumbuhan, dan risiko. Nilai ini bukan sekadar harga pasar saat ini, melainkan mencerminkan seberapa besar nilai sebuah Perusahaan jika dilihat dari kinerja keuangan dan prospek usahanya secara objektif. Penilaian ini penting sebagai dasar untuk mengambil keputusan investasi yang rasional bukan hanya mengikuti tren atau spekulasi (Damodaran, 2023). Faktor-faktor internal seperti profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal menjadi penentu utama nilai Perusahaan karena mereka mencerminkan kesehatan keuangan Perusahaan secara menyeluruh (Santosa et al., 2022).

Selain itu, pembentukan tata kelola perusahaan yang efektif meningkatkan kepercayaan investor, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Tiep Le & Nguyen, 2022). Nilai perusahaan juga sangat dipengaruhi oleh keputusan manajemen dalam menentukan kebijakan dividen. Kebijakan dividen yang efektif dapat menandakan persepsi pasar yang menguntungkan tentang masa depan perusahaan, sehingga meningkatkan nilai pasarnya (Olivia, Putri & Wiksuana, 2021). Oleh karena itu, pengelolaan kebijakan dividen merupakan bagian integral dalam upaya meningkatkan nilai Perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah tingkat keberhasilan perusahaan menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber dayanya, termasuk pendapatan, aset, dan modal (Gallagher, 2022). Menurut Taufan et al. dalam (Putri & Gantino, 2023) profitabilitas merepresentasikan tingkat laba bersih perusahaan melalui aktivitas operasionalnya. Pemegang saham dapat menerima keuntungan dalam bentuk dividen, atau dapat diinvestasikan kembali untuk meningkatkan keberhasilan operasional. Profitabilitas merupakan tolok ukur keberhasilan perusahaan dan faktor kunci dalam menentukan nilainya. Profitabilitas yang kuat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap potensi masa depan perusahaan, termasuk pemasok, kreditor, dan investor. Kemampuan organisasi untuk menghasilkan laba dalam jangka waktu tertentu itulah yang kita maksud dengan profitabilitas. Tingginya tingkat profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya dan pendapatan, sehingga menghasilkan laba yang maksimal (Yulianti & Maulana, 2021). Profitabilitas yang baik juga merupakan daya tarik utama bagi investor karena menjanjikan pengembalian yang tinggi. Profitabilitas penting bukan hanya untuk kelangsungan hidup Perusahaan tetapi juga untuk meningkatkan nilainya. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung memperoleh kepercayaan lebih dari investor yang mendorong kenaikan harga saham dan nilai pasar (Santosa et al., 2022).

Tata Kelola Perusahaan

Integritas, transparansi, dan akuntabilitas dalam operasi perusahaan merupakan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (GCG), yang menetapkan aturan untuk interaksi yang tepat antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, pemegang saham, dan pihak berkepentingan lainnya. (Ben Fatma & Chouaibi, 2023). GCG merupakan suatu sistem yang dilahirkan sedemikian rupa untuk mengatur jalannya suatu Perusahaan demi tercapainya kinerja dengan pencapaian yang maksimal (Haykal, 2023). GCG berfungsi sebagai mekanisme pengawasan agar keputusan Perusahaan menjalankan kegiatan yang sejalan dengan kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Penerapan Good Corporate Governance (GCG) secara optimal mampu memperkuat kepercayaan investor maupun masyarakat terhadap perusahaan, sehingga memberi kontribusi positif pada peningkatan nilai perusahaan (Tiep Le & Nguyen, 2022). Transparansi dalam pelaporan keuangan dan pengambilan keputusan strategis menjadi aspek utama dalam tata Kelola Perusahaan yang efektif. Selain itu, GCG juga mendorong manajemen untuk bertindak secara profesional dan mengurangi risiko penyimpangan serta fraud yang dapat merugikan Perusahaan (Santosa et al., 2022). Tata kelola yang efektif berfungsi sebagai pilar utama dalam menjaga keberlanjutan operasi dan reputasi Perusahaan.

Tanggung Jawab Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yakni bentuk kontribusi dunia bisnis dalam mendukung pembangunan berkelanjutan melalui pelaksanaan berbagai program yang peduli terhadap komunitas sekitar. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan serta mempertahankan keseimbangan antara pencapaian laba, CSR, dan pelestarian lingkungan (Kholis, 2020). CSR adalah komitmen perusahaan memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan

pelestarian lingkungan di area sekitar kegiatan bisnisnya (Hu et al., 2021). CSR tidak hanya sebagai wujud penerapan etika bisnis, tetapi juga sebagai strategi perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan maupun perusahaan itu sendiri. Selain itu, CSR berperan sebagai mediator penting yang dapat menghubungkan praktik tata kelola perusahaan dengan pencapaian nilai perusahaan. Perusahaan aktif menjalankan program CSR cenderung memperoleh kepercayaan lebih dari investor dan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas serta reputasi positif di pasar (Ben Fatma & Chouaibi, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian memakai metodologi kuantitatif yang bertujuan menguji korelasi antar variabel melalui analisis data numerik yang dapat dievaluasi secara statistik. Metodologi kuantitatif ini dipilih karena kemampuannya menghasilkan hasil yang objektif dan kesesuaiannya untuk validasi empiris dengan metode analisis statistik, termasuk regresi linier berganda. Penelitian untuk mengevaluasi hipotesis dan mengekstrapolasi temuan dari populasi sampel, sehingga menawarkan gambaran representatif dari target demografi (Ghozali, 2021). Perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur Indonesia menjadi fokus penelitian ini. Data penelitian ini berasal dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang tersedia untuk umum, yang dapat ditemukan di situs web perusahaan dan Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Periode pengamatan mencakup tiga tahun, yaitu 2021 hingga 2023, dengan tujuan memperoleh data yang komprehensif dan mencerminkan kondisi perusahaan secara menyeluruh, sehingga memungkinkan analisis tren serta pengaruh variabel yang diteliti dalam jangka waktu yang memadai.

Populasi penelitian mencakup 103 perusahaan manufaktur pada periode 2021–2023. Sampel dipilih memakai pendekatan *purposive sampling*, yaitu strategi yang mempertimbangkan tujuan penelitian saat memilih sampel. Salah satu alasan utama penggunaan *purposive sampling* adalah kesesuaian dengan tujuan penelitian, di mana Peneliti dapat memastikan bahwa sampel yang dipilih memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus studi. Selain itu, *purposive sampling* memudahkan Peneliti untuk mengakses informasi khusus yang hanya dapat diperoleh dari sub kelompok tertentu dalam populasi. Efisiensi dan penggunaan sumber daya juga menjadi alasan penting, karena teknik ini memungkinkan Peneliti untuk menghindari pemborosan waktu dan biaya dengan memilih sampel yang paling relevan (Ghozali, 2021). Perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur yang menyampaikan laporan keuangan lengkap antara tahun 2021 dan 2023 dipilih untuk penelitian *purposive sampling* ini. Ukuran sampel ditentukan sebanyak 84 perusahaan dengan menggunakan parameter ini.

Laporan keuangan dan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu sumber informasi sekunder yang digunakan dalam penelitian ini untuk tahun 2021–2023. Dokumentasi dan tinjauan pustaka merupakan dua metode utama perolehan data. Dokumen resmi, seperti laporan keberlanjutan, laporan keuangan tahunan, dan publikasi terkait perusahaan manufaktur, dikumpulkan sebagai bagian dari proses dokumentasi. Setelah itu, perangkat lunak statistik digunakan untuk memeriksa data, menguji hipotesis, dan menemukan korelasi antar variabel. Sementara itu, studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku akademik, laporan Penelitian, dan sumber lainnya untuk mendapatkan pemahaman teoritis, mengidentifikasi kesenjangan Penelitian, serta menyusun dasar teoritis yang kuat dalam mendukung analisis.

Nilai perusahaan (Y) merupakan variabel dependen dalam analisis ini, sedangkan X1, X2, dan X3 masing-masing mewakili profitabilitas, tata kelola perusahaan, dan tanggung jawab sosial

perusahaan. Meskipun terdapat perbedaan antara bagian variabel Penelitian dan operasionalisasi variabel, definisi operasional yang digunakan menjadikan nilai Perusahaan sebagai hasil atau output dari penerapan strategi dan kinerja Perusahaan dalam hal profitabilitas, tata kelola, serta tanggung jawab sosial. Ketiga variabel bebas ini diasumsikan berdampak baik parsial atau simultan Terhadap nilai Perusahaan, mencerminkan bagaimana Perusahaan dihargai oleh pasar berdasarkan kinerja internal dan eksternal yang terukur.

Regresi linier berganda untuk menganalisis data yang terkumpul dalam SPSS versi 29. Penerapan statistik deskriptif untuk menyajikan ringkasan atribut data merupakan langkah pertama dalam prosedur analisis. Untuk memastikan validitas model regresi, serangkaian uji asumsi klasik dijalankan, termasuk uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Tahap selanjutnya menguji hubungan nilai perusahaan, profitabilitas, tata kelola perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini akan mencakup uji-t dan uji-F. Terakhir, ketiga variabel independen diuji kemampuannya dalam menjelaskan fluktuasi nilai perusahaan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis ini menjadi landasan dalam menarik kesimpulan empiris mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti. Persamaan regresi penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan (variabel dependen)

α : Konstanta

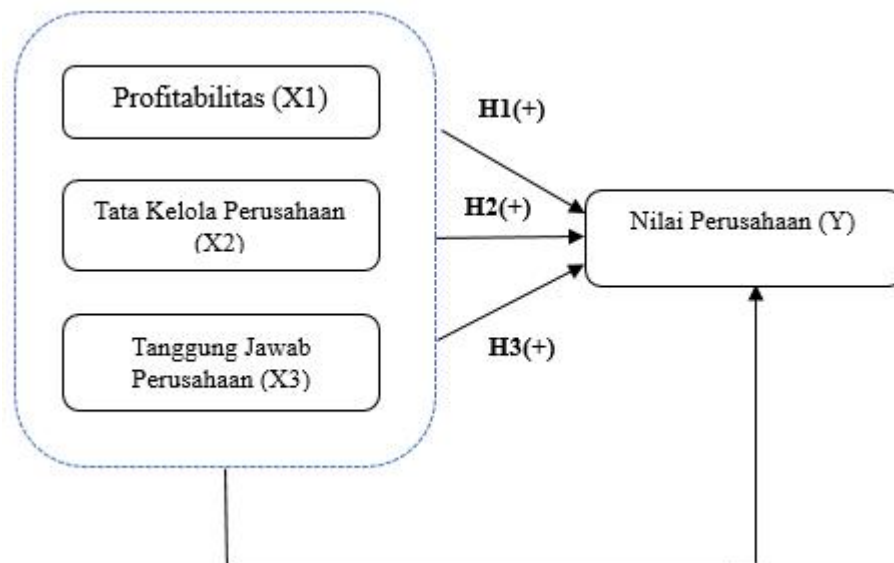
β_1 : Profitabilitas (X1)

β_2 : Tata Kelola Perusahaan (X2)

β_3 : Tanggung jawab Perusahaan (X3)

e : *Error term*

Model penelitian dapat diilustrasikan seperti pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan kerangka diatas berikut adalah hipotesisnya

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: Tata Kelola perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: Tanggung Jawab Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H4: Profitabilitas, tata kelola perusahaan dan tanggung jawab perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas (X1)	252	-0.5900	1.0000	0.0617	0.16328
Tata Kelola Perusahaan (X2)	252	0.2000	0.7000	0.3737	0.06771
Tanggung Jawab Perusahaan (X3)	252	0.1900	0.6000	0.3188	0.07255
Nilai Perusahaan (Y)	252	2.1200	60.1600	28.3772	7.36718
Valid N (listwise)	252				

Uji statistik deskriptif, yang disajikan pada Tabel 1, menampilkan hasil analisis deskriptif untuk seluruh variabel penelitian ini. Untuk variabel profitabilitas (X1), hasil ini mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Nilai minimum -0.5900 mengindikasikan adanya perusahaan yang mengalami kerugian dalam periode tersebut, sementara nilai maksimum 1.0000 mencerminkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas tertinggi. Rata-rata profitabilitas 0.0617 dan standar deviasi 0.16328 memperlihatkan sebagian besar perusahaan mengalami keuntungan yang relatif kecil, dengan beberapa perusahaan yang memiliki margin laba yang jauh lebih tinggi. Variasi ini dipengaruhi faktor industri, seperti fluktuasi biaya produksi atau perubahan permintaan pasar di sektor manufaktur. Menurut lembaga keuangan dan perbankan di Indonesia, *Return on Assets* (ROA) dianggap baik apabila berada di atas 2%, yang menjadi tolok ukur efisiensi dan kinerja laba atas aset perusahaan.

Variabel tata kelola perusahaan (X2) mengukur kualitas praktik tata kelola yang diterapkan oleh perusahaan. Nilai minimum sebesar 0,2000 dan maksimum 0,7000, dengan rata-rata 0,3737 dan standar deviasi 0,06771, mengindikasikan sebagian besar perusahaan dalam sampel menerapkan tata kelola perusahaan yang berada pada tingkat moderat. Hal ini bisa disebabkan oleh keseragaman tingkat kepatuhan terhadap standar tata kelola di sektor manufaktur di Indonesia, meskipun terdapat beberapa perusahaan yang lebih unggul dalam hal transparansi dan pengelolaan internal. Menurut OJK (POJK No. 33/POJK.04/2014), tata kelola perusahaan yang baik tercermin antara lain dari proporsi Komisaris Independen, di mana jumlahnya harus paling sedikit 30% dari total anggota dewan komisaris. Dengan demikian, nilai proporsi Komisaris Independen $(KI) \geq 0,30$ dianggap memenuhi standar tata kelola yang baik.

Untuk variabel tanggung jawab perusahaan (X3), hasil ini mencerminkan sejauh mana perusahaan manufaktur berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Nilai berkisar 0,1900 hingga 0,6000, rata-rata 0,3188 dan standar deviasi 0,07255, menunjukkan bahwa banyak perusahaan mulai memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam operasionalnya. Namun, variasi nilai tersebut mengindikasikan adanya perbedaan tingkat

penerapan kebijakan CSR di sektor ini. Variasi ini dapat dipengaruhi faktor eksternal, seperti tekanan dari konsumen atau regulator yang mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab. Menurut UU No. 40 Tahun 2007 jo. PP No. 47 Tahun 2012 serta POJK No. 51/POJK.03/2017, pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dianggap cukup baik apabila mencapai minimal 30% dari total indikator, dan dikategorikan sangat baik apabila mencapai 70% atau lebih.

Sementara itu, kapitalisasi pasar dan sentimen investor tentang kinerja masa lalu dan masa depan bisnis diukur dengan variabel nilai perusahaan (Y). Rentang nilai yang luas, antara 2.1200 dan 60.1600, mencerminkan perbedaan yang signifikan dalam ukuran dan kinerja perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur. Rata-rata 28.3772 dan standar deviasi 7.36718 menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan besar dengan nilai pasar tinggi cenderung lebih dominan dalam sampel ini, sementara perusahaan dengan kapitalisasi lebih kecil tetap berkontribusi pada keragaman nilai perusahaan. Perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti reputasi, inovasi, atau strategi pemasaran yang diadopsi oleh masing-masing perusahaan dalam menarik minat investor di pasar modal. Dalam konteks valuasi investor, *Price to Earnings Ratio* (PER) yang dianggap ideal berada di kisaran 20 hingga 25 kali laba ($20-25\times$), sehingga nilai perusahaan pada kisaran PER tersebut dapat dikatakan memiliki valuasi wajar di mata pasar.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas, Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan Monte Carlo memperlihatkan nilai signifikansi 0,238 (2-tailed), $\alpha > 0,05$. Pendekatan Monte Carlo memperkuat kesimpulan ini, mengonfirmasi data memenuhi asumsi normalitas pada tingkat kepercayaan 95%.

Uji Autokorelasi, Hasil uji autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson menunjukkan nilai 1.792, yang terletak d_U (1.7762) dan $4 - d_U$ (2.2238), sehingga tidak mengindikasikan adanya autokorelasi. Ini berarti residual dalam model regresi tidak saling berkorelasi, dan asumsi independensi residual terpenuhi, tanpa memengaruhi validitas estimasi model regresi linier berganda.

Uji Multikolinearitas, Hasil uji multikolinearitas memperlihatkan nilai Tolerance untuk Profitabilitas (X1) 0.702, Tata Kelola Perusahaan (X2) sebesar 0.627, dan Tanggung Jawab Perusahaan (X3) sebesar 0.548, sementara nilai VIF untuk X1 adalah 1.425, X2 1.595, dan X3 1.826. Tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Toleransi lebih dari 0,1, sesuai aturan uji multikolinearitas. Semua nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga hasil analisis menunjukkan tidak terdapat bukti multikolinearitas mayor. Memperlihatkan hubungan antarvariabel Profitabilitas (X1), Tata Kelola Perusahaan (X2), dan Tanggung Jawab Perusahaan (X3) tidak mengganggu validitas model regresi.

Uji Heteroskedastisitas, Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa Profitabilitas (X1) memiliki nilai signifikansi 0,143, Tata Kelola Perusahaan (X2) memiliki nilai signifikansi 0.242 dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X3) memiliki nilai signifikansi 0,668 yang memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas pada ketiga variabel tersebut.

Uji Simultan (Uji F), Uji ini bertujuan menilai dampak setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak, berarti variabel independen berdampak signifikan pada variabel dependen. Karena $0,000 < 0,05$, hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan dapat ditolak, berdasarkan hasil uji simultan (uji F). Nilai Perusahaan (Y) secara

signifikan dipengaruhi oleh Profitabilitas (X1), Tata Kelola Perusahaan (X2), dan Tanggung Jawab Perusahaan (X3) secara bersamaan. Untuk mendukung klaim bahwa model regresi ini dapat memperhitungkan varians Nilai Perusahaan (Y) secara memadai, hasil ANOVA menunjukkan nilai $F_{377,486} > \text{nilai } F_{\text{tabel } 2,64}$.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 2. Uji Parsial (Uji T)

Variabel	Std. Error	t-value	sig	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
Profitabilitas (X1)	0.114	3.561	0.000	+	+	Diterima
Tata Kelola Perusahaan (X2)	0.240	7.061	0.000	+	+	Diterima
Tanggung Jawab Perusahaan (X3)	0.672	18.479	0.000	+	+	Diterima

Uji Parsial (Uji T), Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, temuan uji-t dianggap valid. Nilai t hitung sebesar 3,561, yang lebih dari 1,970, dan nilai signifikansi 0,000 untuk variabel Profitabilitas (X1) menunjukkan bahwa X1 secara signifikan memengaruhi Nilai Perusahaan (Y) dalam uji ini. Selain itu, X2, variabel tata kelola perusahaan, memiliki dampak signifikan terhadap Y, nilai perusahaan, dengan nilai-p sebesar 0,000 dan nilai-t hitung sebesar 7,061, yang lebih tinggi dari 1,970. Ada hubungan yang sangat signifikan antara Tanggung Jawab Perusahaan (X3) dan Nilai Perusahaan (Y), seperti yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 dan t hitung sebesar 18,479, yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,970. Nilai Perusahaan (Y) sedikit dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas yaitu Tata Kelola Perusahaan (X2), Tanggung Jawab Perusahaan (X3), dan Profitabilitas (X1) yang secara statistik signifikan pada tingkat signifikansi 0,05.

Uji Adjusted R², Nilai R² terkoreksi untuk 252 titik data observasi dalam studi regresi adalah 0,818, atau 81,8%. Ini berarti sekitar 81,8% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model ini. Faktor-faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam model ini memengaruhi 18,2% sisanya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data memenuhi kriteria uji asumsi klasik, tahap berikutnya adalah melakukan analisis regresi linier berganda. Tujuan dari analisis untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen, yaitu profitabilitas (ROA/X1), tata kelola perusahaan (proporsi komisaris/X2), dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR/X3), mempengaruhi nilai perusahaan (PER/Y), baik secara terpisah maupun bersama-sama.

$$22.76_{\text{PER}} = -3.460_{\alpha} + 5.161_{\text{ROA}} + 26.117_{\text{GCG}} + 68.253_{\text{CSR}} + 1,279e$$

Berdasarkan persamaan regresi disimpulkan bahwa Konstanta sebesar -3,460 menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel independen (ROA, GCG, dan CSR) bernilai nol, PER diperkirakan akan menjadi -3,460. Namun, nilai ini hanya berfungsi sebagai titik potong regresi (*intercept*), karena secara praktis kondisi di mana seluruh variabel independen bernilai nol sangat jarang terjadi. Selain itu, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan,

margin laba yang meningkat sebesar 5,161 poin akan menghasilkan kenaikan PER (Y) sebesar 5,161 poin. Begitu juga, peningkatan satu unit dalam tata kelola perusahaan akan menyebabkan kenaikan PER (Y) sebesar 26,117 poin, sesuai dengan koefisien GCG (X_2) sebesar 26,117. Terakhir, jika semua faktor lainnya tetap konstan, peningkatan satu unit dalam CSR perusahaan akan menghasilkan peningkatan PER (Y) sebesar 68,253 poin, sesuai dengan koefisien CSR (X_3) sebesar 68,253.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, profitabilitas yang diukur dengan ROA terbukti berpengaruh signifikan terhadap Price to Earnings Ratio (PER) (signifikansi $0,000 < 0,05$; t-hitung $3,561 > t\text{-tabel } \pm 1,970$), sehingga hipotesis diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa ROA merupakan determinan utama persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan *signaling theory*, di mana peningkatan profit yang abilitas dianggap sebagai sinyal efisiensi manajemen dan kinerja keuangan yang sehat. Investor merespons dengan meningkatkan permintaan saham, mendorong kenaikan harga saham dan PER. Secara praktis, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui optimalisasi aset, efisiensi biaya, dan diversifikasi produk, sehingga tercipta siklus positif berupa stabilitas finansial, reputasi lebih baik, akses modal lebih luas, serta peluang ekspansi global. Hal ini sangat relevan bagi industri manufaktur, yang cenderung menghadapi risiko produksi tinggi, fluktuasi harga bahan baku, dan kebutuhan investasi jangka panjang, sehingga profitabilitas menjadi indikator penting bagi persepsi investor. Selain itu, temuan ini sejalan dengan *stakeholder theory*, karena peningkatan profitabilitas tidak hanya menguntungkan pemegang saham, tetapi juga memberi manfaat bagi pemangku kepentingan lainnya seperti karyawan, pemasok, dan masyarakat luas, yang pada gilirannya turut memperkuat nilai dan reputasi perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, seperti Munthe & Syahzuni (2023) pada sektor perbankan, Putri & Gantino (2023) pada sektor makanan dan minuman serta Nurdiniah & Wulansari (2021) pada sektor properti dan konstruksi, yang menegaskan peran penting profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan tata kelola perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap PER. Hal ini tercermin dari nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$ dan t-hitung $7,061 (> t\text{-tabel } \pm 1,970)$. Oleh karena itu, hipotesis yang mengindikasikan pengaruh signifikan dapat diterima, yang berarti bahwa perubahan tata kelola perusahaan secara signifikan memengaruhi persepsi pasar pada nilai perusahaan manufaktur dalam periode tersebut. Tata kelola perusahaan memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan, khususnya di sektor manufaktur, karena praktik tata kelola yang baik tidak hanya memastikan kepatuhan pada regulasi, tetapi juga meminimalkan konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (*agency theory*) serta memberikan sinyal positif kepada investor (*signaling theory*). Tata kelola yang efektif tercermin dari proporsi komisaris independen, efektivitas komite audit, transparansi laporan keuangan, dan keterbukaan informasi publik, yang meningkatkan akuntabilitas, kualitas pengambilan keputusan, dan stabilitas perusahaan. Hal ini sangat relevan bagi sektor manufaktur yang menghadapi risiko produksi tinggi, fluktuasi harga bahan baku, dan kebutuhan investasi jangka panjang, sehingga tata kelola yang baik menjadi indikator penting bagi persepsi investor. Kondisi ini memperkuat kepercayaan investor, tercermin dalam kenaikan permintaan saham, harga pasar, dan *price to earnings ratio* (PER), sekaligus membuka akses modal eksternal yang lebih luas dan peluang ekspansi global.

Pengaruh Tanggung Jawab Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan t-hitung 18,479 ($> t\text{-tabel } \pm 1,97246$), yang menunjukkan bahwa CSR berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa implementasi program CSR dapat meningkatkan persepsi positif pasar atau investor terhadap nilai perusahaan, yang diukur melalui *Price to Earnings Ratio* (PER). Perusahaan, khususnya di sektor industri, memperoleh keuntungan dari citra positif ketika secara konsisten menjalankan inisiatif CSR yang mencakup isu sosial dan lingkungan seperti pengelolaan limbah, efisiensi energi, keselamatan pekerja, dan dukungan masyarakat. Pelaksanaan CSR yang konsisten menjadi sinyal komitmen jangka panjang perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan, meningkatkan daya tarik bagi investor yang mempertimbangkan faktor ESG. Dampak positif CSR tercermin dalam peningkatan permintaan saham, *price to earnings ratio* (PER), serta reputasi dan citra perusahaan di pasar. Selain itu, berdasarkan *stakeholder theory*, pelaksanaan CSR yang efektif mencerminkan perhatian perusahaan terhadap kepentingan seluruh pemangku kepentingan termasuk karyawan, konsumen, komunitas, dan lingkungan sehingga menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat secara bersamaan.

Pengaruh Profitabilitas, Tata Kelola Perusahaan dan Tanggung Jawab Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan manufaktur yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2021 dan 2023 mengalami dampak yang cukup besar dari tiga variabel independen yaitu return on assets (ROA), tata kelola perusahaan (proporsi komisaris), dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menurut hasil uji F simultan. Nilai F hitung sebesar 377,486 ($> F \text{ tabel } \approx 2,64$), beserta nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), memperjelas hal tersebut. hipotesis H4 diterima, berarti model regresi mampu menjelaskan fluktuasi nilai perusahaan manufaktur secara periode tertentu. Tiga variabel independen dalam model, yaitu profitabilitas, tata kelola perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan, mampu menjelaskan 82% variasi nilai perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,820. Sisanya, sebesar 18%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Kesimpulan ini didukung oleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0,818, yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sangat baik dalam menjelaskan fluktuasi nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang solid, tata kelola perusahaan yang efektif, serta pelaksanaan CSR yang konsisten terbukti memberikan dampak positif terhadap persepsi pasar dan investor, khususnya pada perusahaan manufaktur.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, ketiga variabel yaitu profitabilitas, tata kelola perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan periode 2021–2023 dengan kemampuan menjelaskan sebesar 81.8% variasi nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas (ROA) menjadi faktor utama yang mendorong kepercayaan investor dan kenaikan nilai perusahaan. Sementara itu, penerapan praktik tata kelola yang baik serta pelaksanaan CSR yang konsisten turut memperkuat reputasi, meningkatkan citra perusahaan, dan mendukung persepsi positif investor, meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan profitabilitas. Secara keseluruhan, kombinasi ketiga variabel ini memperkuat daya tarik perusahaan bagi investor dan berperan dalam peningkatan nilai perusahaan selama periode penelitian.

Perusahaan manufaktur disarankan untuk meningkatkan profitabilitas dengan fokus pada efisiensi operasional, pengendalian biaya produksi, dan inovasi produk, serta mengkomunikasikan kinerja keuangan secara transparan untuk membangun kepercayaan investor. Selain itu, tata kelola perusahaan perlu diperkuat dengan memperhatikan proporsi komisaris yang sesuai, sehingga fungsi pengawasan menjadi lebih efektif, dan peran komisaris dapat lebih diperluas dalam memberikan masukan strategis serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Program CSR juga sebaiknya lebih terintegrasi dengan strategi bisnis jangka panjang, dengan fokus pada isu-isu relevan seperti pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan kesejahteraan karyawan, yang dapat memperkuat reputasi perusahaan dan menarik perhatian investor. Sinergi antara kinerja keuangan, tata kelola yang baik, dan pelaksanaan program CSR yang berkelanjutan akan semakin meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor, serta memastikan keberlanjutan usaha di pasar yang semakin kompetitif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti struktur modal atau risiko bisnis, serta memperpanjang periode observasi guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Akhmadi, A., & Januarsi, Y. (2021). Profitability and firm value: does dividend policy matter for Indonesian sustainable and responsible investment (SRI)-KEHATI listed firms? *Economies*, 9(4), 163.
- Aryadita, P. H., Hariyanto, E., Wahyuni, S., & Fitriati, A. (2024). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1632–1647.
- Ben Fatma, H., & Chouaibi, J. (2024). “The mediating role of corporate social responsibility in Good Corporate Governance and firm value relationship: evidence from European financial institutions”. *Meditari Accountancy Research*, 32(4), 1084–1105. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2022-1762>
- Damodaran, A. (2024). *The little book of valuation: How to value a company, pick a stock, and profit*. John Wiley & Sons.
- Daniel, D., & Hermanto, H. (2024). Pengaruh Arus Kas, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(3), 2137–2151. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i3.3204>
- Dmytriiev, S. D., Freeman, R. E., & Hörisch, J. (2021). The relationship between stakeholder theory and corporate social responsibility: Differences, similarities, and implications for social issues in management. *Journal of Management Studies*, 58(6), 1441–1470.
- Farooq, M., Khan, I., Kainat, M., & Mumtaz, A. (2025). Corporate social responsibility and firm value: the role of enterprise risk management and corporate governance. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 25(3), 631–663.
- Friedman, A. L., & Miles, S. (2006). *Stakeholders: Theory and Practice*. Oxford University Press.
- Gallagher, T. J. (2022). *Financial management: principles and practice*. SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika : Teori, Konsep*.
- Haykal, H. (2024). *Good Corporate Governance dalam Praktik Perbankan di Indonesia*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Hu, M., Xiong, W., & Xu, C. (2021). Analyst coverage, corporate social responsibility, and firm value: Evidence from China. *Global Finance Journal*, 50, 100671.

- <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100671>
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility: Konsep dan Implementasi*. EconomiC & Business Publishing Fakultas Ekonomi UNIMED.
- Akhmadi, A., & Januarsi, Y. (2021). Profitability and firm value: does dividend policy matter for Indonesian sustainable and responsible investment (SRI)-KEHATI listed firms? *Economies*, 9(4), 163.
- Aryadita, P. H., Hariyanto, E., Wahyuni, S., & Fitriati, A. (2024). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1632–1647.
- Ben Fatma, H., & Chouaibi, J. (2024). “The mediating role of corporate social responsibility in Good Corporate Governance and firm value relationship: evidence from European financial institutions””. *Meditari Accountancy Research*, 32(4), 1084–1105. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2022-1762>
- Damodaran, A. (2024). *The little book of valuation: How to value a company, pick a stock, and profit*. John Wiley & Sons.
- Daniel, D., & Hermanto, H. (2024). Pengaruh Arus Kas, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(3), 2137–2151. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i3.3204>
- Dmytriiev, S. D., Freeman, R. E., & Hörisch, J. (2021). The relationship between stakeholder theory and corporate social responsibility: Differences, similarities, and implications for social issues in management. *Journal of Management Studies*, 58(6), 1441–1470.
- Farooq, M., Khan, I., Kainat, M., & Mumtaz, A. (2025). Corporate social responsibility and firm value: the role of enterprise risk management and corporate governance. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 25(3), 631–663.
- Friedman, A. L., & Miles, S. (2006). *Stakeholders: Theory and Practice*. Oxford University Press.
- Gallagher, T. J. (2022). *Financial management: principles and practice*. SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika : Teori, Konsep*.
- Haykal, H. (2024). *Good Corporate Governance dalam Praktik Perbankan di Indonesia*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Hu, M., Xiong, W., & Xu, C. (2021). Analyst coverage, corporate social responsibility, and firm value: Evidence from China. *Global Finance Journal*, 50, 100671. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100671>
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility: Konsep dan Implementasi*. EconomiC & Business Publishing Fakultas Ekonomi UNIMED.
- Larasati, D., & Gantino, R. (2024). The Influence of Corporate Governance, Leverage, and Profitability on Company Value. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(4), 4263–4277.
- Lusiana Yulianti, M., & Hendri Maulana. (2021). The Effect of Diversification Strategy and Implementation of Good Corporate Governance on Firm Value. *Journal of Accounting and Finance Management*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.38035/jafm.v2i2.58>
- Mahajan, R., Lim, W. M., Sareen, M., Kumar, S., & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 166, 114104.
- Munthe, M., & Syahzuni, B. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Keuangan Dan Social Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 7(1), 60–71.
- Nurdiniah, D., & Wulansari, M. (2021). Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan publik, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 9(1), 39–48.

-
- Ouyang, Z., Lv, R., & Liu, Y. (2023). Can corporate social responsibility protect firm value during corporate environmental violation events? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(4), 1942–1952.
- Putri, M., & Gantino, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 1(6), 262–274.
- Putri, M. O. D., & Wiksuana, I. G. B. (2021). The effect of liquidity and profitability on firm value mediated by dividend policy. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 204–212.
- Qiu, S. C., Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H., & Yuan, X. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102759.
- Santosa, P. W., Setianingrum, A., & Yusuf, C. (2022). Corporate governance and leverage on firm value: Evidence of Indonesian large firms. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 26(4), 862–873.
- Seth, R., & Mahenthiran, S. (2022). Impact of dividend payouts and corporate social responsibility on firm value—Evidence from India. *Journal of Business Research*, 146, 571–581.
- Syahrizuni, B. A. (2021). Pengaruh Rasio Fundamental Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Subsektor Batubara Yang Terdapat Di Bei Tahun 2017-2019. *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, 12(01), 39–48.
- Syofyan, E. (2021). *Good corporate governance (GCG)*. Unisma Press.
- Tiep Le, 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 & Management*, 9(1), 2018907.
- Uyun, L., Noviyanti, S. E., & Primasari, D. (2024). Peran CSR terhadap Keberlangsungan Perusahaan. *JEMeS-Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 7(2), 40–52.