

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN  
GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA SEKTOR CONSUMER  
PRODUCT AND SERVICE DI BURSA MALAYSIA (BM) TAHUN  
2022-2024)**

Oleh:

<sup>1</sup>Sugeng Hariadi, <sup>2</sup>Queenesyaelvina Setyadharna

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçęwara

Jl. Terusan Candi Kalasan Jl. Candi Waringin Lawang, Mojolangu, Malang, Jawa Timur, 65142

e-mail :hariadisg@yahoo.com<sup>1</sup>, queenesyaelvina@gmail.com<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT**

*This study is intended to determine the effect of CSR and GCG on Firm Value with Profitability as a moderating variable. This study is a descriptive quantitative research type with a quantitative approach. The study uses annual, sustainability, and financial report data of the consumer product and service sector on the Bursa Malaysia website from 12 companies. The sampling method used is purposive sampling, and 36 consumer product and service company data were obtained. The analysis method uses IBM SPSS Statistics 23. The results of this study indicate 1) Corporate Social Responsibility does not have a significant effect on firm value, 2) KM has a significant effect and Institutional Ownership (IO) does not have a significant effect on firm value, 3) Profitability is unable to moderate the effect of Corporate Social Responsibility on Firm Value, 4) Profitability is unable to moderate the effect of GCG on Firm Value.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Profitabilitas, Firm Value*

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan guna mengetahui pengaruh dari CSR dan GCG pada NP dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Studi ini yaitu jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Studi ini menggunakan data *annual, sustainability*, serta *financial reports* sektor *consumer product and service* di situs web Bursa Malaysia sebanyak 12 perusahaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling serta diperoleh 36 data perusahaan *consumer product and service*. Metode analisis menggunakan IBM SPSS Statistics 23. Hasil studi ini mengindikasikan 1) *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap NP, 2) KM berpengaruh signifikan serta Kepemilikan Institusional (KI) tidak berpengaruh signifikan terhadap NP, 3) Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap NP, 4) Profitabilitas tidak mampu memoderasi GCG terhadap NP.

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

---

## PENDAHULUAN

Di kawasan Asia Tenggara, khususnya Malaysia, pemerintah dan otoritas pasar modal terus mendorong penerapan praktik bisnis berkelanjutan melalui macam-macam aturan serta regulasi yang berhubungan dengan CSR serta GCG. Bursa Malaysia sebagai otoritas pasar modal aktif penyematan nilai nilai ESG melalui kerangka pelaporan keberlanjutan yang telah menjadi bagian penting dari kewajiban perusahaan publik. Hal ini menjadikan Malaysia sebagai negara dengan karakteristik pasar modal yang sebanding dengan Indonesia, terutama dari segi struktur pasar, keberagaman sektor industri, dan dorongan terhadap transparansi serta keberlanjutan. Sektor tertentu seperti yang memiliki kontribusi besar terhadap ekonomi Malaysia adalah sektor Consumer Products and Services, yang mencakup perusahaan-perusahaan produsen dan penyedia layanan yang berinteraksi langsung dengan masyarakat luas. Sektor ini memiliki keterkaitan erat dengan masalah sosial serta lingkungan yang ada, sehingga penerapan CSR dan praktik *governance* entitas bisnis yang baik menjadi sangat relevan. Pengungkapan CSR dan pelaksanaan *Good Corporate Governance* yang optimal bukan sekedar berdampak pada citra perusahaan, melainkan juga dapat memengaruhi persepsi investor pada valuasi perusahaan. Dalam konteks ini, profitabilitas mampu memainkan peran sebagai moderasi yang mempengaruhi hubungan CSR, GCG, serta NP.

Entitas Bisnis di sektor tersebut dituntut bukan sekedar mencari laba belaka, melainkan juga menjaga integritas sosial dan lingkungan dalam proses bisnisnya. Nilai Perusahaan yaitu harga jualnya jika dijual di pasar. Meskipun demikian, faktor non-finansial juga memainkan peran yang krusial dalam meninggikan nilai perusahaan. Langkah potensial lainnya yakni dengan mengimplementasikan CSR yang dilakukan secara berkelanjutan secara kontinu, yang mengakibatkan perusahaan memperoleh legitimasi dari para pemangku kepentingan.

CSR berkontribusi penting untuk membentuk relasi yang harmonis diantara korporasi dan juga pemangku kepentingan utama seperti konsumen, pemberi pinjaman, pemodal, pekerja, komunitas lokal, vendor, otoritas, serta alam. Korporasi tidak hanya mengejar keuntungan semata, melainkan juga berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan untuk menjaga kelestarian lingkungan agar keberlanjutan dapat dipelihara.

*Governance* Perusahaan merujuk pada serangkaian regulasi standar serta juga struktur organisasi yang mengatur perilaku pemilik, direksi, serta manajer, yang pada akhirnya akan tercermin dalam kinerja mereka sebagaimana tergambar pada harga saham (Singgih, 2022). Menurut teori keagenan, *Good Corporate Governance* berperan krusial dalam mengurangi konflik kepentingan anatar manajer dengan pemegang saham, sehingga meningkatkan efisiensi operasional perusahaan secara keseluruhan. Penerapan GCG memberikan dampak positif pada valuasi perusahaan, secara frontal maupun secara implisit melalui penguatan praktik CSR pada intinya turut meningkatkan nilai Perusahaan secara keseluruhan.

Bursa Malaysia (BM) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan bursa saham utama di Asia Tenggara dengan karakteristik pasar yang serupa, yaitu jumlah perusahaan publik yang besar, keterlibatan investor asing, regulasi keterbukaan informasi yang semakin ketat, serta dominasi sektor konsumsi, keuangan, dan manufaktur dalam struktur sektoralnya. Kedua bursa ini juga menghadapi risiko politik, volatilitas pasar, serta dinamika pergerakan modal asing yang tinggi, sehingga menjadikan keduanya relevan untuk dijadikan objek perbandingan lintas negara dalam penelitian keuangan, pengungkapan informasi, dan praktik tata kelola perusahaan.

Studi ini yaitu lanjutan dari riset yang dilakukan Bernado (2023) mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman di Bursa Efek

Indoneisa (BEI). Perbedaan mendasar dalam penelitian ini berada pada fokus variabel dan objek penelitiannya. Penelitian ini tidak lagi mengkaji CSR saja, melainkan memusatkan analisis pada pengaruh langsung pengungkapan CSR terhadap *company value* serta pengaruh GCG terhadap *company value*. Selain itu, studi ini diperluas dari yang semula terbatas pada Perusahaan Indonesia, menjadi Perusahaan sektor consumer product and service di Bursa Malaysia selama periode 2022-2024. Pemilihan sektor consumer product and service berdasarkan pada pertimbangan bahwa sektor tersebut memiliki tingkat eksposur yang tinggi terhadap isu sosial serta lingkungan, sehingga penerapan CSR menjadi sangat relevan dan berdampak pada persepsi investor serta nilai perusahaan. Pemilihan Bursa Malaysia juga didasarkan pada kemiripan karakteristik pasar modal dengan Indonesia, baik dari sisi regulasi pengungkapan keberlanjutan, struktur pasar, maupun peran sektor konsumsi terhadap perekonomian nasional.

Tujuan studi ini adalah demi mengetahui pengaruh dari CSR serta GCG terhadap NP dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Pada riset ini diupayakan memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi berbagai pemangku kepentingan yang terkait. Berikut adalah benefit dari studi yang dilakukan: Secara akademis, studi ini dirancang untuk memperkaya diskursus ilmiah terkait pengaruh CSR serta GCG terhadap nilai perusahaan, terutama di bidang consumer product and service. Temuan ini dapat menjadi rujukan bagi studi lanjutan yang akan membahas topik serupa dalam konteks negara dan sektor berbeda, secara nyata a) Bagi Peneliti, riset ini menyediakan sarana untuk mengaplikasikan pengetahuan yang sudah didapat serta memberikan masukan untuk perkembangan pengetahuan ilmiah, terutama dalam lingkup manajemen serta *accounting* entitas bisnis, b) Bagi Perusahaan, Hasil studi ini bisa dimanfaatkan menjadi referensi bagi entitas bisnis untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mempertimbangkan faktor-faktor pengaruh, seperti CSR serta GCG, c) Bagi Investor, Studi ini menghasilkan pemahaman kepada para investor agar dapat mengevaluasi daya saing perusahaan melalui pengungkapan CSR serta GCG, agar bisa menjadi salah satu dasar saat mengambil keputusan dalam penanaman modal.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Teori Stakeholder

Teori pemegang kepentingan menguraikan pihak-pihak mana saja yang akan menjadi tanggung jawab perusahaan (Agustina, 2019). Perusahaan wajib bertanggung jawab kepada para pemegang saham sebagai penyokong modal, tapi juga kepada berbagai pihak terkait lainnya. Pihak-pihak tersebut meliputi karyawan, masyarakat, dan juga konsumen. Karenanya, perusahaan tidak boleh hanya mengutamakan keuntungan saja, melainkan juga perlu memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan.

Perusahaan perlu mempertahankan hubungan baik dengan para pemangku kepentingannya karena dengan memenuhi harapan dan tuntunan mereka, khususnya para pemangku kepentingan yang mempunyai kekuasaan atas sumber daya operasional contohnya yaitu tenaga kerja dan pasar produk (Agustina, 2019).

Pengungkapan laporan keberlanjutan adalah strategi efektif untuk menjaga hubungan dengan stakeholder dan shareholder dengan menyajikan informasi kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sehingga dapat menyediakan informasi yang diperlukan, mengelola para pemangku kepentingan, dan juga mendapatkan dukungan dari pihak berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan.

## 2. Teori Keagenan

Teori agensi membahas mengenai hubungan diantara kedua belah pihak dengan kepentingan yang berbeda, yakni prinsipal beserta agennya. Dalam hal ini, hubungan agen bersifat kontraktual yang di mana prinsipal ini menugaskan agen untuk melakukan tugas atas namanya. Apabila agen dan prinsipal memiliki tujuan yang selaras, agen akan mendukung serta melaksanakan instruksi prinsipal dengan baik dan jelas. Hubungan ini akan melibatkan agen yang akan mewakili kepentingan prinsipal, dimana agen akan menjalankan tugas teretntunya melalui kontrak serta menerima imbalan atas kinerjanya.

## 3. Teori *Corporate Social Responsibility*

CSR yaitu pandangan bahwa bisnis memiliki keajiban tertentu kepada masyarakat di luar pencarian keuntungan. Secara luas, CSR mengarah pada kewajiban sosial dan kepemimpinan sosial. CSR dapat dipahami sebagai kewajiban perusahaan untuk menyusun kebijakan, membuat keputusan, serta dapat melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi para masyarakat. Namun, ada pandangan bahwa CSR yaitu kontribusi komprehensif dari sektor bisnis terhadap pembangunan berkelanjutan, perlu memperhatikan aspek ekonomi, sosial, serta lingkungan (Fatmawatie, 2017).

Dalam dekade terakhir, kesadaran publik terhadap regulasi dan tanggung jawab perusahaan di masyarakat sekitar meningkat, karena banyaknya perusahaan terutama yang besar dan mapan, mulai mengungkapkan aktivitas CSR nya dengan melakukan investasi signifikan dalam bentuk usaha dan dana.

## 4. Regulasi yang mengatur *Corporate Social Responsibility* di Malaysia

Dalam upaya mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan, berbagai negara telah menetapkan regulasi yang mengatur pelaksanaan serta pengungkapan kegiatan CSR oleh perusahaan. Malaysia yaitu negara maju berkembang di wilayah Asia Tenggara dengan karakteristik pasar modal yang mirip dengan Indonesia, juga memiliki kebijakan dan pedoman khusus terkait CSR. Regulasi-regulasi ini dirancang untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta CSR dan ekosistem entitas bisnis, terutama bagi perusahaan yang tercatat di Bursa Malaysia (BM).

### 1. Listing Requirements Bursa Malaysia – Appendix 9C, Part A, Paragraph 29

Regulasi ini mengharuskan entitas bisnis yang terintegrasi di Bursa Malaysia guna menyampaikan aktivitas CSR nya dalam laporan tahunan. Jika tidak ada kegiatan CSR, perusahaan harus menyatakan hal tersebut secara eksplisit.

### 2. Panduan Pelaporan Keberlanjutan Bursa Malaysia

Bursa Malaysia menyediakan panduan sukarela untuk pelaporan keberlanjutan, yang mendorong perusahaan untuk menerapkan pedoman internasional misalnya *Global Reporting Initiative* (GRI). Panduan ini menolong perusahaan dalam merancang laporan yang transparan mengenai dampak sosial, lingkungan, dan tata kelola.

### 3. Corporate Responsibility Agenda oleh SSM

Komisi Perusahaan Malaysia (SSM) meluncurkan *Corporate Responsibility Agenda* untuk mendorong perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial mereka. Agenda ini menekankan pentingnya integrasi kegiatan CSR dengan tujuan bisnis dan keberlanjutan jangka panjang.

## 5. Teori Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Menurut (Agoes, 2019) GCG yaitu kerangka kerja yang mampu mengelola hubungan antarpihak pada perusahaan, seperti Dewan Komisaris, Direksi, dan para pemegang saham lainnya. (Agoes, 2019) juga menegaskan bahwa tata cara pengelolaan perusahaan yang baik juga perlu mencakup proses yang akuntabel dalam menetapkan objektif bisnis, mencapai sasaran, serta juga menilai kinerja perusahaan.

## 6. Teori Nilai Perusahaan

Valuasi entitas bisnis yang besar dapat diidamkan pemilik karena mencerminkan value pemegang saham yang optimal. Valuasi tersebut membangun kepercayaan pasar terhadap kinerja sekarang serta peluang untuk kedepannya perusahaan (Angela & Chandra, 2023). Valuasi perusahaan dapat diukur melalui indeks harga yang dapat merefleksikan keputusan penanaman modal, pembiayaan, serta pengelolaan harta, dengan rasio harga terhadap nilai buku (PBV) sebagai indikator utama. PBV juga membandingkan rasio harga saham per nilai buku, semakin tinggi PBV (>1) semakin optimis sentimen investor, dapat membantu mengidentifikasi saham *undervalued* atau *overvalued* guna mengambil keputusan investasi yang bijak.

Valuasi perusahaan mengukur kualitas dan juga daya tarik perusahaan di mata pelanggan, semakin tinggi nilainya, semakin besar juga kesejahteraan pemilik saham. Indeks harga yang tinggi akan meningkatkan valuasi perusahaan, sehingga perusahaan harus memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham kena sebagai tujuan utamanya. Pada studi ini Price Book Value (PBV) digunakan untuk rasio dalam pengukuran valuasi perusahaan, adapun rumus pengukurannya yaitu:

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham Biasa}}$$

## 7. Teori Profitabilitas

Efisiensi laba mengukur efektivitas manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba dan dapat tercermin dari berbagai indikator seperti laba bersih, ROA dan ROE. Semakin tinggi keuntungan yang didapat, maka semakin kuat juga kapasitas perusahaan dalam membayar dividen kepada para pemegang saham setelah dikurangi biaya pajak (Panjaitan, 2015).

ROA yaitu indikator untuk mengukur efektivitas pemanfaatan aset guna menciptakan laba bersih. Semakin tingginya ROA maka semakin optimal juga kinerja operasional perusahaan dan semakin menarik pula bagi para investor (Panjaitan, 2015).

## METODE PENELITIAN

Cara penelitian yang diimplementasikan dalam lingkup ini ialah kuantitatif deskriptif. Studi tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh CSR serta GCG sebagai variabel independen terhadap NP sebagai variabel dependen, dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Objek studi mencakup perusahaan bidang consumer product and service yang tercatat di Bursa Malaysia (BM) pada periode 2022-2024. Populasi studi ini meliputi perusahaan bidang consumer product and service yang terdaftar di Bursa Malaysia (BM) periode 2022-2024. Sampel dipilih melalui metode purposive sampling, bergantung pada kriteria kualifikasi. Sampel perusahaan sektor *consumer product and service* yang digunakan sebanyak 12 perusahaan dengan periode 2022-2024.

Tanggung Jawab Sosial yaitu komitmen yang berlanjut pada perusahaan agar berperilaku yang etis serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi masyarakat sekitar, dengan seiringnya peningkatan kesejahteraan karyawan dan keluarganya. Dalam studi ini cara yang dipakai untuk menghitung *Corporate Social Responsibility* yaitu:

$$CSRI = \frac{n}{K}$$

*Good Corporate Governance* yaitu kerangka kerja yang mengendalikan sekaligus mengawasi entitas bisnis yang menghasilkan nilai lebih untuk seluruh pemangku kepentingan. Variabel GCG diukur melalui KM serta KI. Di kajian ini yang dipakai untuk menghitung *Good Corporate Governance* yaitu:

a) Pengukuran Kepemilikan Manajerial

$$KM = \frac{\sum \text{Kepemilikan Saham}}{\sum \text{Jumlah Saham Beredar}}$$

b) Pengukuran Kepemilikan Institusional

$$KI = \frac{\sum \text{Saham yang dimiliki institusi}}{\sum \text{Saham yang beredar}}$$

Valuasi perusahaan mencerminkan pandangan para investor terkait tingkat pencapaian kesuksesan entitas bisnis, yang biasanya berhubungan dengan nilai saham di pasar sekuritas.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Profitabilitas menggambarkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menciptakan keuntungan.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder. Data bersumber dari *annual report*, *sustainability reporting*, *financial report* perusahaan. Populasi studi ini memuat perusahaan dibidang barang dan jasa yang tercatat di Bursa Malaysia pada periode 2022-2024, yang diseleksi sesuai kriteria yang disepakati peneliti. Metode sampling yang diterapkan yaitu purposive sampling, yang menahsilakn 36 data sampel. Angka dianalisis memakai IBM SPSS Statistics 23. Berikut Adalah hasil analisis statistic deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran pada setiap variabel penelitian ini.

Tabel 1

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	35	.27	.81	.6374	.13528
Kepemilikan Manajerial	35	.00	1.42	.4783	.48015
Kepemilikan Institusional	35	4.34	89.56	36.2651	27.47985
Nilai Perusahaan	35	.000	904.000	98.64140	218.374832
Profitabilitas	35	.00	13.57	.4889	2.27824
Valid N (listwise)	35				

Dari hasil analisis serta statistic, sementara nilai minimum yaitu nilai terkecil. Nilai Tengah menggambarkan pembagian jumlah nilai variabel dengan total sampel yang sudah

ditentukan. Sementara itu, standar deviasi menggambarkan tingkat penyimpanan data analisis penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

Tabel 2

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05955017
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.147
	Negative	-.142
Test Statistic		.147
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.

Hasil uji normalitas yang dilaksanakan dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test guna menguji normalitas residual tidak terstandar. Uji esensial guna pastikan regresi patuh syarat klasik agar temuan analisis akurat. Dengan demikian, kesimpulannya yaitu residual dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal, yang berarti asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga analisis lebih lanjut dapat dilakukan tanpa kendala.

### Uji Multikolinieritas

Tabel 3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	151.833	197.060		.770	.447		
	CSR	-56.823	295.780	-.035	-.192	.849	.937	1.067
	Kepemilikan Manajerial	-98.662	84.126	-.217	-1.173	.250	.920	1.087
	Kepemilikan Instusional	.708	1.486	.089	.477	.637	.900	1.111
	Profitabilitas	9.265	17.249	.097	.537	.595	.972	1.029

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas mengindikasikan model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas, karena VIF < 10, tolerance > 0.1 mengidentifikasi dimana variabel independen tidak punya korelasi berlebihan satu sama lain.

## Uji Autokorelasi

Tabel 4

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.237 <sup>a</sup>	.056	-.070	225.862773	1.863

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Kepemilikan Instiusional, CSR, Kepemilikan Manajerial

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji autokorelasi pada tabel diatas mengindikasikan tidak adanya autokorelasi pada model regresi, sehingga analisis yang dilakukan ini dapat diandalkan.

## Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	89.303	135.343		.660	.514
	CSR	82.127	203.145	.068	.404	.689
	Kepemilikan Manajerial	-131.259	57.778	-.387	-2.272	.030
	Kepemilikan Instiusional	1.641	1.021	.277	1.608	.118
	Profitabilitas	-9.183	11.847	-.128	-.775	.444

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas mengindikasikan model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena tidak ada variabel residual. Hal ini juga menandakan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, dan hasil analisis regresi dapat diandalkan.

## Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	151.833	197.060	
	CSR	-56.823	295.780	-.035
	Kepemilikan Manajerial	-98.662	84.126	-.217
	Kepemilikan Instiusional	.708	1.486	.089
	Profitabilitas	9.265	17.249	.097

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel diatas menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi belum tentu meningkatkan nilai perusahaan, kemungkinan karena biaya pelaksanaan CSR yang tinggi berpotensi tekan profit jangka pendek perusahaan, penerapan GCG meningkat justru belum dapat memberi efek positif pada optimalisasi valuasi perusahaan . Hal ini dapat terjadi apabila mekanisme GCG belum berjalan secara efektif atau hanya bersifat formalitas, serta profitabilitas berpengaruh positif terhadap NP. Profitabilitas makin naik, maka kepercayaan para investor ke perfoma perusahaan makin kuat, yang pada akhirnya di dorong nilai bisnis

### Uji Parameter Individual (Uji Sig t)

Tabel 7

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39.527	204.976		.193	.848
CSR	292.799	361.040	.181	.811	.424
Kepemilikan Manajerial	-260.128	125.826	-.572	-2.067	.048
Kepemilikan Institusional	.676	1.886	.085	.358	.723
CSR_Z	-1072.891	982.004	-5.588	-1.093	.284
KM_Z	1379.548	842.284	5.914	1.638	.113
KI_Z	-.586	14.658	-.199	-.040	.968

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji parameter individual (Uji Sig t) pada tabel di atas menunjukkan bahwa secara keseluruhan, hanya variabel kepemilikan manajerial yang terbukti memiliki pengaruh signifikan, sementara variabel lain serta seluruh interaksi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 8

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.381 <sup>a</sup>	.145	-.038	222.532821

a. Predictors: (Constant), KI\_Z, Kepemilikan Institusional, CSR, Kepemilikan Manajerial, KM\_Z, CSR\_Z

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas nilai standard error yang tinggi mengindikasikan bahwa prediksi model masih memiliki tingkat kesalahan yang cukup besar. Maka secara keseluruhan, hasil koefisien determinasi ini menunjukkan model regresi tersebut belum optimal dalam menjelaskan dampak variabel independen ke nilai perusahaan.

### Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Tabel 9

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.527	204.976		.193	.848
	CSR	292.799	361.040	.181	.811	.424
	Kepemilikan Manajerial	-260.128	125.826	-.572	-2.067	.048
	Kepemilikan Institusional	.676	1.886	.085	.358	.723
	CSR_Z	-1072.891	982.004	-5.588	-1.093	.284
	KM_Z	1379.548	842.284	5.914	1.638	.113
	KI_Z	-.586	14.658	-.199	-.040	.968

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji MRA pada tabel diatas mengindikasikan angka dasar dari nilai perusahaan saat semua variabel independen dan interaksi bernilai nol, setiap peningkatan satu unit CSR akan meningkatkan NP mencapai 292.799, setiap peningkatan satu unit KM akan menurunkan NP mencapai 260.128, tiap naik 1 unit KI tingkat NP mencapai 0.676, interaksi antara CSR dan variabel moderasi memberikan pengaruh berupa penurunan NP mencapai 1072.891, interaksi antara KM dan variabel moderasi tingkat NP mencapai 1379.548, interaksi antara KI dan variabel moderasi akan menurunkan Nilai Perusahaan mencapai 0.586.

### Pengujian Hipotesis

Tabel 10

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.527	204.976		.193	.848
	CSR	292.799	361.040	.181	.811	.424
	Kepemilikan Manajerial	-260.128	125.826	-.572	-2.067	.048
	Kepemilikan Institusional	.676	1.886	.085	.358	.723
	CSR_Z	-1072.891	982.004	-5.588	-1.093	.284
	KM_Z	1379.548	842.284	5.914	1.638	.113
	KI_Z	-.586	14.658	-.199	-.040	.968

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji sig t tabel diatas maka:

- 1) Hipotesis pertama soal pengaruh CSR berpengaruh terhadap NP **ditolak** sebab t CSR mencapai 0.811 dan signifikan 0.424 > 0,05. Ini membuktikan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap NP.
- 2) Hipotesis kedua soal KM berpengaruh terhadap NP **diterima** sebab t mencapai – 2,067 serta signifikansi 0,048 < 0,05. Membuktikan KM berpengaruh signifikan terhadap NP. Sedangkan, hipotesis KI berpengaruh terhadap NP **ditolak** sebab nilai t mencapai 0,358 dan signifikansi 0,723 > 0,05. Menandakan KI tidak berpengaruh signifikan terhadap NP. Hal ini membuktikan GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap NP.

- 3) Hipotesis ketiga soal Profitabilitas memoderasi pengaruh CSR **ditolak** karena interaksi CSR x Profitabilitas (CSR\_Z), punya nilai t sebesar  $-1,093$  serta signifikansi  $0,284 > 0,05$ . Ini mengindikasikan profitabilitas tidak mampu memperkuat hubungan antara CSR serta NP.
- 4) Hipotesis keempat soal Profitabilitas memoderasi pengaruh GCG **ditolak** sebab interaksi antara KM dan profitabilitas (KM\_Z) punya nilai t  $1,638$  serta signifikan  $0,113 > 0,05$ . Artinya, tingkat profitabilitas tidak memperkuat KM dan NP. Sedangkan, interaksi antara KI dan profitabilitas (KI\_Z) punya nilai t  $-0,040$  serta signifikansi  $0,968, > 0,05$ . Artinya, profitabilitas tidak mampu memperkuat KI serta NP. Kesimpulannya, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi pengaruh GCG terhadap NP.

## PENUTUP

### Kesimpulan Dan Saran

Dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR serta GCG tidak mempunyai pengaruh signifikan dalam Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR serta GCG pada NP.

Saran untuk peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain seperti profitabilitas, *firm size*, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan dalam berpotensi memengaruhi nilai perusahaan secara lebih kuat. Penambahan variabel moderasi atau mediasi juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antarvariabel. Selain itu, dianjurkan untuk memperpanjang rentang waktu penelitian serta memperluas sampel agar hasil penelitian lebih representatif. Penggunaan data dari sektor lain atau seluruh industri di Bursa Malaysia dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S. (2019). *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Salemba Empat.
- Agustina, N. Iaras. (2019). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(1), 1–9.
- Akerlof, G. A. (1970). The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500.
- Algifari, A. (2013). *Statistika Induktif: Untuk Ekonomi dan Bisnis* (3rd ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Andriani, S. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)*. <https://core.ac.uk/download/pdf/148614396.pdf>
- Angela, C., & Chandra, S. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Non-

Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 3(4).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.34208/ejatsm.v3i4.2307>

- Atan, R., Alam, M.M., Said, J., and Zamri, M. (2019). *The Impacts of Environmental, Social, and Governance Factors on Firm Performance: Panel Study of Malaysian Companies*. 29(2), 182–194.
- Azlin Azmi, N., Hanim Abd Sata, F., Abdullah, N., Hidayah Ab Aziz, N., Suriya Ismail, I., Teknologi MARA, U., Alam, P., & Author, C. (2021). Institutional Investors Ownership and Firm Value: Evidence From Malaysia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 16(1), 1–20.
- Clara Risma Alfayanti, M. (2025). Laju Nilai Perusahaan Diantara CSR, Corporate Governance, Corporate Risk Disclosure, dan Leverage (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2019-2023). *Edunomika*, 09(02).
- Fatmawatie, N. (2017). *Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. STAIN Kediri Press.
- Felita Aileen, Amelia Setiawan, H. D. (2024). Meningkatkan Nilai Perusahaan: Peran Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Intellectual Capital Dalam Industri Food & Beverage Di Bei (2018-2022). *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 871–883.
- Firmansyah, F. F. (2025). *Analisis Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024*.
- Fitri, A., Astriani, D., & Nasihin, I. (2024). Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan ukuran dan usia perusahaan sebagai variabel moderasi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 1490–1503.
- Ghani, R. A., Samah, A. R. A., Baharuddin, N. S., & Ahmad, Z. (2023). Determinants of Firm Value as Measured by the Tobin's Q: A Case of Malaysian Plantation Sector. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 13(2), 420–432. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- I Gusti Agung Arista Pradyani. (2025). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Program Studi Manajemen Pendahuluan Globalisasi ditandai oleh. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 521–540.
- Indarto, V. Y., & Purwanto, A. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Periode 2019-2021). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 12(3), 1–15.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Khatib, S. F. A., Elamer, A. A., Abdullah, D. F., & Hazaea, S. A. (2022). Corporate Governance in Malaysia: A Systematic Literature Review and Research Agenda. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 22. <https://orcid.org/0000-0002-7799-6972dewifariha@utm.my>
- Kusumawati Nathalia, L. A. G. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020- 2022. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 9105–9114.
- Mastuti, A. N., & Prastiwi, D. (2021). Pengaruh Kepemilikan Intitusional Dan Ukuran Dewan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas. *Jurnal PETA*, 6(2), 222–238.
- Melani, S., & Wahidahwati. (2017). Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(10), 1.
- Melati, M. S. L. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(4), 1–15.
- Meyliana, S., Machmuddah, Z., & Utomo, S. D. (2024). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan: Efek Moderasi Profitabilitas. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 5(1), 63–81. <https://doi.org/10.56696/jaka.v5i1.10738>
- Panjaitan, M. J. (2015). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Dan Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Tekun*, 6(01), 54–81.
- Rosiana, G. A. M. E.; Juliarsa, G.; Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Gcg Dan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v12i1.1797>
- Ross, S. A. (1997). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *CFA Digest*, 27(1), 5–7. <https://doi.org/10.2469/dig.v27.n1.2>
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1).

- Selviyanti, D., Jaurino, J., & Wilda Sari. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 49–57. <https://doi.org/10.54259/akua.v2i1.1265>
- Singgih, hironius c. royk. (2022). Pengelolaan Tata Kelola Perusahaan Dan Kaitan Dengan Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Transaksi*, 14(2), 16–25.
- Sujarweni, V. Wiratna; Endrayanto, P. (2012). *Statistika Untuk Penelitian* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Teck, T. S., & Karuppiah, N. (2022). A Study on Factors Essential to the Accomplishment of Success in Corporate Social Responsibility for the Malaysian Service Sector Industry. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 3733–3746.
- Tjondro, D., & Wilopo, R. (2011). Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Profitabilitas Dan Kinerja Saham Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Business and Banking*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.14414/jbb.v1i1.148>
- Vishny, A. S. dan R. W. (1986). Large Shareholders and Corporate Control. *Journal Of Political Economy*, 94(3), 461–488. <https://doi.org/10.1787/e9de6f69-en>
- Wahyuni, E. S. (2024). Peran Moderasi Profitabilitas Pada Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Ikhtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 3(1), 25–38.
- Wahyuni, N. P. L. Y. dan M. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 14(3), 346–357.
- Wahyuningsih, G. T., & Mochlasin. (2021). Peran Moderasi Profitabilitas Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 181–204. <http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/FINANSIA> DOI: <https://doi.org/10.32332/finansia.v4.i2.3508>
- Wahyuningtiasari, D., & Sulastiningsih, S. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Indeks Idx30. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 16(2), 18–35. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v16i2.681>
- Wijayanti, Ajeng; Wijayanti, Anita; Samrotun, Y. C. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Gcg Dan Csr Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Economic and Economic Education*, 5(2), 113–127. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22202/economica.2017.5.2.383>
- Zarkasyi, W. (2008). *Good Corporate Governance: Pada Badan Usaha Manufaktur*,

*Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya. Alfabeta.*