

Pengaruh GCG, CSR, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Judi Suharsono¹, Titin Krisnawati², Fadilah Robiatul Adhawiyah^{3*}

^{1,2,3}Akuntansi, Universitas Panca Marga

Email: ¹judisuharsono11@gmail.com, ²titinkrisnawati@upm.ac.id,

³Fadilahadhawiyah@gmail.com

^{*})Fadilah Robiatul Adhawiyah

Abstrak

Penelitian ini menelaah implikasi GCG, CSR, serta Leverage terhadap value perusahaan dalam bidang perbankan yang resmi terlisting di Bursa Efek Indonesia selama kurun 2019–2023, dengan profitabilitas diposisikan sebagai variabel pemoderasi. Metode yang dipakai berupa pendekatan kuantitatif memakai teknik purposive sampling pada 20 perusahaan, sedangkan pemrosesan informasi dilakukan melalui Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS v4. Temuan riset menampilkkan bahwa CSR memberi efek positif signifikan atas nilai perusahaan, namun GCG dan Leverage tidak memperlihatkan pengaruh yang berarti. Profitabilitas hanya berfungsi menjadi moderator pada keterkaitan GCG terhadap nilai perusahaan. Secara garis besar, implementasi CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan GCG dan Leverage tidak memberikan dampak langsung. Profitabilitas terbukti memperkuat hubungan GCG terhadap nilai perusahaan. Rekomendasi diberikan agar perusahaan memperkuat praktik GCG dan CSR melalui program nyata yang menghasilkan dampak konkret dan positif bagi perusahaan.

Kata kunci: GCG, CSR, Leverage, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

Abstract

This study examines the implications of GCG, CSR, and leverage on company value in the banking sector officially listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2019–2023, with profitability positioned as a moderating variable. The method used is a quantitative approach employing purposive sampling on 20 companies, while information processing is carried out through Partial Least Square (PLS) with the help of the SmartPLS v4 application. The research findings show that CSR has a significant positive effect on company value, but GCG and Leverage do not show a significant influence. Profitability only functions as a moderator in the relationship between GCG and company value. In general, CSR implementation can increase company value, while GCG and leverage do not have a direct impact. Profitability has been proven to strengthen the relationship between GCG and company value. Recommendations are given for companies to strengthen GCG and CSR practices through concrete programs that produce tangible and positive impacts for the company.

Kata kunci: GCG, CSR, Leverage, Firm Value, Profitability

PENDAHULUAN

Korporasi adalah unit bisnis yang melaksanakan kegiatan secara berkesinambungan untuk memperoleh pemasukan, contohnya lembaga perbankan yang memiliki kontribusi signifikan dalam menunjang peningkatan ekonomi nasional. Sebagai institusi finansial yang menghimpun sekaligus mendistribusikan modal, sektor perbankan juga berfungsi vital dalam memberikan jasa keuangan kepada publik. Kompetisi yang semakin intensif pada industri perbankan mendorong badan usaha untuk memperbaiki mutu layanan serta memperbesar valuasi perusahaan agar mampu menarik perhatian penanam modal. Valuasi perusahaan menjadi tolok ukur utama dalam menilai performa serta atraktivitas investasi. Semakin tinggi nilai korporasi, semakin besar kesejahteraan yang diberikan kepada stockholder melalui apresiasi harga saham. Dalam kerangka ini, tata kelola perusahaan yang baik (GCG), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta rasio utang (leverage) merupakan faktor penting karena berpengaruh terhadap kredibilitas serta kondisi finansial perusahaan. GCG memastikan mekanisme pengelolaan yang terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan, sedangkan CSR merefleksikan kepedulian sosial dan lingkungan yang mampu meningkatkan kesetiaan pelanggan serta reputasi korporasi. Sementara itu, leverage sebagai ukuran penggunaan hutang memiliki konsekuensi langsung terhadap potensi risiko dan struktur finansial perusahaan.

Menurut CNBC Indonesia (2023), Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat bahwa kapitalisasi pasar Indonesia mencapai Rp9.790 triliun pada April 2023. Dari jumlah tersebut, sektor keuangan memberikan kontribusi terbesar dengan porsi sebesar 35,3%, menjadikannya sektor dengan kapitalisasi pasar tertinggi di Indonesia. Selain sektor keuangan, sektor energi dan infrastruktur juga memberikan kontribusi signifikan, masing-masing sebesar 14% dan 9% (Pradewi, 2024).

Perusahaan perbankan, sebagai salah satu entitas yang aktif di pasar modal, mendukung sektor riil perekonomian Indonesia dan berkontribusi secara signifikan terhadap perkembangan bursa. Kinerja pasar perusahaan perbankan menarik perhatian investor, sehingga nilai perusahaan di sektor ini menjadi salah satu aspek krusial bagi perekonomian negara berkembang. Nilai perusahaan berfungsi sebagai indikator kinerja sektor perbankan (Pradewi, 2024). Namun, meskipun sektor keuangan memiliki kontribusi terbesar terhadap kapitalisasi pasar, perusahaan-perusahaan dalam sektor ini tidak termasuk dalam daftar penerima Corporate Social Responsibility (CSR) Outlook Awards 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kapitalisasi sektor keuangan, khususnya perbankan, sangat tinggi dan menduduki posisi teratas, prestasi sektor perbankan terkait CSR masih belum memadai, meskipun capaian sektor ini dalam implementasi CSR masih harus ditingkatkan, kajian ini menitikberatkan pada dampak GCG, CSR, dan Leverage kepada Nilai Perusahaan dalam industri perbankan yang resmi terlisting di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang tahun 2019–2023, Profitabilitas disosialiskan sebagai variabel moderasi.

Ruang lingkup studi dibatasi hanya pada perusahaan perbankan yang tercatat di BEI dalam kurun waktu tersebut. Variabel GCG ditaksir melalui kepemilikan institusional, CSR dinilai dengan rasio biaya lingkungan, Leverage ditentukan berdasarkan debt to equity ratio, sementara Nilai Perusahaan dievaluasi melalui Tobin's Q. Profitabilitas berfungsi sebagai variabel moderasi yang dapat memperbesar atau memperkecil keterkaitan antara variabel independen dan Nilai Perusahaan. Formulasi permasalahan yang dikaji meliputi pengaruh GCG, CSR, dan Leverage kepada Nilai Perusahaan, dan juga kontribusi Profitabilitas dalam menjadi moderator

atas efek dimaksud pada sektor perbankan yang resmi terlisting di BEI sepanjang 2019–2023.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal

Teori Sinyal (Signalling Theory) diungkapkan oleh Spence (1973) bahwa tata kelola perusahaan sebagai entitas yang menguasai informasi menyampaikan isyarat kepada investor terkait keadaan dan performa perusahaan. Investor kemudian menafsirkan petunjuk tersebut untuk menetapkan apakah situasi itu mencerminkan kabar menguntungkan yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan investasi serta nilai perusahaan (Istigfari & Herawati, 2023). Keterkaitannya sebagai sinyal yang dipancarkan oleh perusahaan ke pasar dan pemangku kepentingan tentang kualitas manajemen dan prospek perusahaan. Implementasi GCG yang baik dan CSR yang aktif memberikan sinyal positif yang meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Sebaliknya, leverage yang tinggi dapat memberi sinyal risiko lebih besar, sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi menandakan bahwa efektivitas sinyal GCG dan CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan akan lebih kuat pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, yang menunjukkan kapasitas perusahaan dalam memanfaatkan sinyal tersebut secara efektif.

Teori Keagenan

Menurut Ratmo dan Sagala (2015), teori keagenan menguraikan terjadinya pertentangan kepentingan antara pengelola dan pemegang saham. Corporate Social Responsibility (CSR) dipandang sebagai instrumen yang berfungsi menekan konflik tersebut melalui penguatan pertanggungjawaban serta keyakinan antar stakeholder, yang pada gilirannya berdampak pada kenaikan nilai perusahaan (Rinofah et al., 2023).

Jensen dan Meckling (1976) dalam Soemarso (2018) menyatakan bahwa teori keagenan mendeskripsikan pemegang saham sebagai principal dan manajemen sebagai agent. berarti bahwa teori keagenan merupakan kontrak yang memungkinkan principal mempekerjakan agent untuk melaksanakan jasa tertentu sambil mendelegasikan sebagian keputusan kepada agent tersebut.

Keterkaitannya teori keagenan yang menyatakan bahwa tata kelola yang baik (GCG) dan tanggung jawab sosial (CSR) membantu mengurangi konflik agensi dan meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan pengelolaan hutang (leverage) harus diseimbangkan untuk menghindari risiko berlebih. Profitabilitas sebagai moderasi menunjukkan bahwa hasil keuangan yang baik memperkuat pengaruh positif GCG dan CSR pada nilai perusahaan serta menurunkan efek negatif leverage.

Teori Stakeholder

Teori Stakeholder menekankan bahwa korporasi seyoginya menyumbangkan faedah bukan semata untuk kepentingan internal, melainkan juga kepada seluruh pemangku kepentingan, baik utama maupun pendukung, yang menopang kelangsungan hidup entitas usaha (Ghozali, 2021). Pengungkapan CSR sangat penting agar stakeholder dapat menilai kinerja sosial perusahaan dan memberikan feedback yang dapat meningkatkan citra dan nilai saham (Tenriwatu & Nasaruddin, 2020).

Freeman et al, menjelaskan bahwa teori stakeholder umumnya dijadikan teori utama untuk menjelaskan mengapa perusahaan mengungkapkan informasi

keberlanjutan. artinya keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan merespon dan memenuhi kebutuhan serta kepentingan para stakeholder-nya sehingga tercipta hubungan yang baik dan saling menguntungkan.

Pengaruh GCG, CSR, dan leverage terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas sangat relevan dengan teori stakeholder, karena semua aspek ini mencerminkan interaksi dan tanggung jawab perusahaan kepada berbagai stakeholder untuk menciptakan nilai perusahaan yang berkelanjutan.

Good Corporate Governance (GCG)

GCG ialah sistem tata kelola yang mengatur interaksi dan hubungan antar pemangku kepentingan dengan tujuan mencapai visi dan misi perusahaan serta meminimalkan risiko dan praktik manajemen tidak sehat (Darniaty et al., 2023). Asas pokok GCG mencakup keterbukaan, pertanggungjawaban, kewajiban, kemandirian, serta kepatutan (Istigfari & Herawati, 2023). Pada kajian ini, GCG direpresentasikan melalui Kepemilikan Institusional, yakni rasio antara kuantitas saham yang dikuasai oleh entitas institusional dengan keseluruhan saham yang tercatat di korporasi. Adapun rumus pengukurannya disajikan sebagai berikut (Ayunisari & Sawitri, 2021: 82) :

$$INST = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR yakni tanggung jawab moral korporasi untuk turut serta dalam pengembangan kemasyarakatan dan pelestarian lingkungan, yang selanjutnya disampaikan dengan penuh keterbukaan melalui dokumen sustainability (Nopriyanto, 2024). Prinsip-prinsip CSR termasuk kepatuhan hukum, penghormatan hak asasi manusia, dan transparansi (Tajeri, 2023). Peneliti memilih proksi rasio biaya lingkungan yang digunakan untuk menilai CSR di perusahaan.

$$\text{Rasio Biaya Lingkungan} = \frac{\text{Total CSR}}{\text{Laba Setelah Pajak}}$$

Leverage

Leverage merepresentasikan kadar pemanfaatan pinjaman dalam komposisi modal korporasi yang berpengaruh terhadap ketidakpastian sekaligus prospek laba perusahaan (Istighfari & Herawati, 2023). Ukuran proporsi yang lazim dipakai untuk menilai leverage adalah rasio utang terhadap ekuitas (DER) (Kasmir, 2019). Manajemen leverage yang efektif dapat mengoptimalkan performa perusahaan, namun liabilitas yang berlebihan justru memperbesar bahaya kegagalan dalam menunaikan tanggungan (Suharsono & Triyuwono, 2020). Dengan demikian, rasio ini membantu dalam memahami seberapa besar kontribusi kreditor dibandingkan dengan pemilik perusahaan (Kasmir, 2019: 159), berikut proksi (Kasmir, 2019: 160):

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan evaluasi ditentukan lewat harga perdagangan saham yang menunjukkan persepsi publik terhadap prestasi dan potensi badan usaha, menggunakan parameter umum yakni Tobin's Q (Tenriwatu & Nasaruddin, 2020). Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan manajemen dalam menciptakan kemakmuran

bagi pemegang saham (Angraini & Murtanto, 2023). Pada studi ini, parameter value perusahaan ditentukan dengan memanfaatkan rasio Tobin's Q melalui proksi sebagaimana tercantum di bawah:

$$Q = \frac{MVE + D}{TA}$$

Profitabilitas

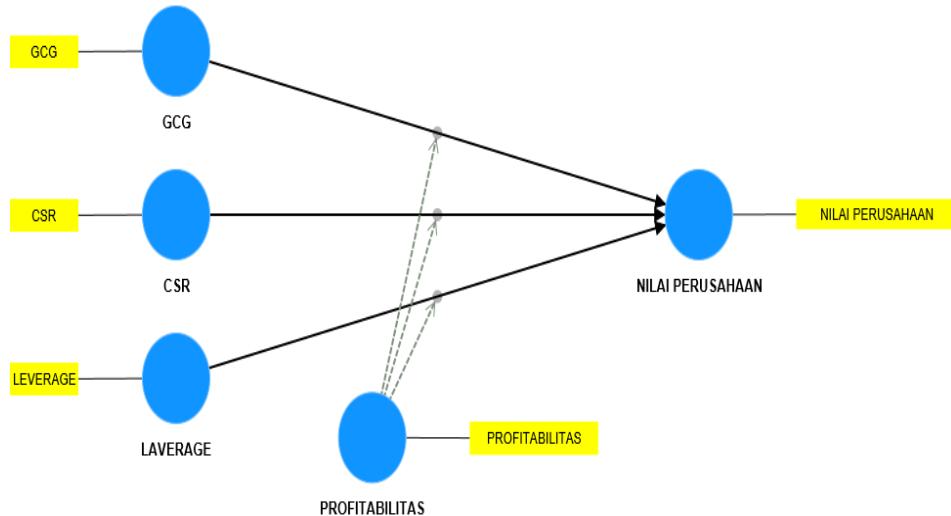
Profitabilitas merupakan kecakapan korporasi dalam mencetak keuntungan melalui aktivitas usaha inti, yang berperan sebagai parameter kunci stabilitas serta pesona investasi (Ardianto, 2023). Ukuran yang lazim diterapkan untuk menilai profitabilitas ialah rasio Return on Equity (ROE), yang mencerminkan efektivitas pemakaian modal dalam memproduksi laba (A. Pratiwi et al., 2020). Pendekatan yang dipakai guna menaksir return on investment disajikan berikut:

$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}} \times 100$$

METODE PENELITIAN

Riset ini menerapkan metode kuantitatif, yakni teknik penelitian yang berakar pada paradigma positivisme dan menghasilkan informasi numerik yang kemudian diolah melalui analisis statistik (Abdullah et al., 2022). Strategi ini dipilih karena dimaksudkan untuk menilai relasi serta dampak antarvariabel secara terstruktur dan objektif. Informasi yang dimanfaatkan berupa data sekunder, mencakup dokumen keuangan dan laporan tahunan dari institusi perbankan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 2019–2023. Informasi itu dihimpun lewat situs resmi BEI (www.idx.co.id) maupun laman resmi masing-masing bank, sehingga dipandang sah dan terpercaya.

Metode akuisisi data ditempuh melalui pendokumentasian, yakni menghimpun informasi dari arsip sah berupa annual report dan catatan keuangan perusahaan. Selain itu, telaah pustaka serta perolehan data daring turut dilakukan guna melengkapi data pokok dan memperkuat landasan teori penelitian. Pengolahan data dilaksanakan memakai pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS. Proses analisis mencakup penilaian Outer Model (measurement model) untuk menilai kesahihan serta keterandalan instrumen, dan Inner Model (structural model) untuk menguji keterkaitan antarvariabel, termasuk pemeriksaan multikolinearitas, analisis R-square, F-square, serta pengujian hipotesis dengan parameter signifikansi t-statistik $> 1,659$ dan p-value $< 0,05$.



Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Figure 1. Framework of Thinking

- H1: Diduga ada pengaruh pada *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Yang Terdapat di BEI Periode 2019-2023.
- H2: Diduga ada pengaruh pada *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Yang Terdapat di BEI Periode 2019-2023.
- H3: Diduga ada pengaruh pada *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Yang Terdapat di BEI Periode 2019-2023.
- H4: Diduga Profitabilitas memoderasi hubungan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Yang Terdapat di BEI Periode 2019-2023.
- H5: Diduga Profitabilitas memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Yang Terdapat di BEI Periode 2019-2023.
- H6: Diduga Profitabilitas memoderasi hubungan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Yang Terdapat di BEI Periode 2019-2023.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Table 1. Descriptive test results

Variabel	N	Mean	Median	Max	Min	SD
GCG	100	784.91	795.00	5000,00	4,000	496,044
CSR	100	1403.40	12.00	30850,00	0,000	4193,306
Leverage	100	5686.15	5375.00	16372,00	151,000	3379,219
Nilai Perusahaan	100	892.13	949.00	2330,00	1,000	429,107
Profitabilitas	100	8.59	9.00	22,00	0,000	5,474

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Temuan statistik deskriptif dari riset ini memperlihatkan bahwa variabel Good Corporate Governance (GCG) memiliki rerata pada tingkat moderat dengan median yang hampir serupa, meskipun terdapat perusahaan dengan tata kelola yang sangat baik maupun sangat rendah. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan nilai rata-rata lebih tinggi dibanding median, lantaran terdapat beberapa perusahaan yang melaksanakan CSR dalam volume signifikan, sehingga menimbulkan distribusi yang tidak merata serta disparitas mencolok antar perusahaan. Variabel Leverage dan nilai perusahaan memiliki rerata serta median yang relatif stabil, mencerminkan adanya variasi antar entitas, sementara profitabilitas menggambarkan kapasitas laba perusahaan yang berada pada tingkatan moderat.

Table 2. Multicollinearity Test

Variabel	VIF	Keterangan	Hasil
GCG	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>
CSR	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>
Leverage	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>
Nilai Perusahaan	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>
Profitabilitas	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>
Profitabilitas X GCG	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>
Profitabilitas X CSR	1,000	VIF < 5	Tidak <i>Multicollinearity</i>

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Mengacu pada temuan sebelumnya, keluaran analisis Multicollinearity memperlihatkan bahwa skor VIF dari seluruh variabel terukur bernilai 1,000. Hal ini secara nyata berada di bawah threshold standar < 5, Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa tidak ditemukan hambatan multikolinearitas antar variabel laten pada model yang dianalisis. Hasil ini menegaskan bahwa variabel independen tidak memiliki keterkaitan berlebihan satu dengan lainnya.

Table 3. R-square (R^2)

R-Square	Ketentuan	Keterangan
Nilai Perusahaan (Y) 0,166	0,75 = Model kuat 0,50 = Model Moderat 0,25 = Model lemah	Model Lemah

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Output menunjukkan bahwa skor R-square senilai 0,166 mengindikasikan variabel Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), dan Leverage sekadar mampu menerangkan 16,6% keragaman nilai perusahaan. Selebihnya, yaitu 83,4%, ditentukan oleh aspek berbeda di luar variabel yang dianalisis. Angka tersebut memperlihatkan bahwa andil variabel independen terhadap variabel dependen termasuk rendah, sehingga kerangka studi ini berada pada klasifikasi lemah dalam menerangkan fluktuasi nilai perusahaan.

Table 4. Multicollinearity (Inner VIF) test

Variabel	Indikator	VIF	Ketentuan	Keterangan
GCG	X1	2,143	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
CSR	X2	1,197	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
Leverage	X3	1,079	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
Profitabilitas	Z	1,321	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
Profitabilitas X GCG	Z x X1	2,110	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
Profitabilitas X CSR	Z x X2	1,233	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
Profitabilitas X	Z x X3	1,009	VIF < 5	Tidak Multicollinearity
Leverage				

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Merujuk pada temuan sebelumnya, keluaran analisis Multicollinearity memperlihatkan bahwa skor VIF pada X1, X2, X3, Z, Z x X1, Z x X2, serta Z x X3 masing-masing bernilai 2,143; 1,197; 1,079; 1,321; 2,110; 1,233; dan 1,009, yang menandakan bahwa seluruh VIF < 5. Angka VIF yang lebih kecil dari ambang batas tersebut menegaskan absennya kendala Multicollinearity yang berarti di antara variabel independen pada model penelitian. Hal ini mengisyaratkan bahwa variabel independen memiliki derajat keterkaitan yang kecil antar sesamanya, sehingga tidak menimbulkan overlap berlebihan dalam menerangkan keragaman variabel dependen.

Table 5: F-square (F^2)

Variabel	F-Square	Ketentuan	Keterangan
X1 → Y	0,021	< 0,02 = Tidak berpengaruh	Pengaruh Kecil
X2 → Y	0,089	0,02 < 0,15 = Pengaruh Kecil	Pengaruh Kecil
X3 → Y	0,028	0,15 < 0,35 = Pengaruh Sedang	Pengaruh Kecil
Z → Y	0,67	≥ 0,35 = Pengaruh Besar	Pengaruh Besar
Z x X1 → Y	0,35		Pengaruh Besar
Z x X2 → Y	0,000		Tidak Berpengaruh
Z x X3 → Y	0,007		Tidak Berpengaruh

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Output skor F-square (F^2) mengindikasikan sejauh mana tiap variabel independen memberikan dampak terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, GCG, CSR, dan Leverage memberikan kontribusi rendah terhadap nilai perusahaan, sebab nilai F^2 masing-masing hanya sedikit melampaui 0,02. Sebaliknya, Profitabilitas memiliki efek besar serta mempertegas pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan nilai F^2 melebihi 0,35. Akan tetapi, Profitabilitas tidak memberikan efek pada relasi CSR maupun Leverage dengan nilai perusahaan karena nilai F^2 berada di bawah 0,02. Secara ringkas, hanya GCG yang dimoderasi oleh Profitabilitas yang terbukti bermakna, sedangkan dua variabel lainnya tidak berdampak nyata menurut uji statistik.

Table 6: Model Fitt

NFI	1,000	1,000

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Mengacu pada temuan sebelumnya, ditunjukkan bahwa Model Fit yang diperoleh bernilai 1,000. Kian tinggi skor NFI maka semakin optimal tingkat kesesuaian model yang diasumsikan terhadap data empiris. Secara rinci, NFI yang mendekati angka 1

menandakan derajat keselarasan model yang sangat baik, sementara NFI lebih besar dari 0,90 biasanya dipandang sebagai indikator kecocokan model yang dapat diterima. Nilai melebihi 0,95 menunjukkan kualitas kesesuaian yang sangat tinggi. Oleh karena itu, dapat dirumuskan bahwa skor NFI pada studi ini sebesar 1, yang berarti model memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik.

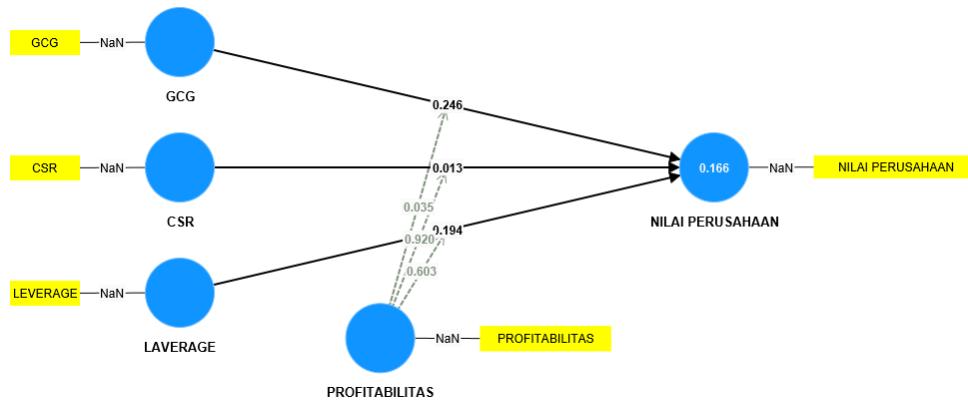
Hasil kerangka berpikir yang sesuai dengan hasil olah data penelitian dengan pengujian menggunakan SmartPLS versi 4, yakni:

Table 7. Hypothesis Test

Variabel	Original Sampel	t-statistik	p-value	Ketentuan	Keterangan
X1→Y	-0,196	1,160	0,246	< 0,05	Ditolak
X2→Y	0,298	2,495	0,013	< 0,05	Diterima
X3→Y	0,159	1,298	1,194	< 0,05	Ditolak
Z→X1	-0,245	2,109	0,035	< 0,05	Diterima
Z→X2	0,011	1,100	0,920	< 0,05	Ditolak
Z→X3	0,086	0,520	0,520	< 0,05	Ditolak

Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Hasil kerangka berpikir yang sesuai dengan hasil olah data penelitian dengan pengujian menggunakan SmartPLS versi 4, yakni:



Source: Data Processed from Smart PLS, 2025

Figure 1. Framework of Thinking Result

Berdasarkan temuan di atas dapat diuraikan bahwa hasil uji hipotesis dirangkum sebagai berikut:

- Uji pengaruh GCG (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y) memperoleh nilai Original Sampel sebesar -0,196 dengan t-statistik 1,160 serta p-value 0,246. Dengan ketentuan bahwa t-statistik harus $> 1,659$ dan p-value $< 0,05$, maka hipotesis ini ditolak. Hal tersebut menandakan tidak adanya pengaruh GCG terhadap Nilai Perusahaan.
- Uji hubungan CSR (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y) menghasilkan Original Sampel 0,298 dengan t-statistik 2,495 dan p-value 0,013. Sesuai kriteria pengujian, hipotesis ini diterima, yang berarti CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- Uji dampak Leverage (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y) menunjukkan Original Sampel 0,159 dengan t-statistik 1,298 serta p-value 1,194. Karena tidak memenuhi

- ketentuan batas signifikansi, hipotesis ditolak, sehingga Leverage tidak memengaruhi Nilai Perusahaan.
4. Uji peran Profitabilitas (Z) terhadap GCG (X1) memberikan nilai Original Sampel -0,245 dengan t-statistik 2,109 dan p-value 0,035. Karena memenuhi kriteria signifikansi, hipotesis diterima, sehingga terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap GCG.
 5. Uji keterkaitan Profitabilitas (Z) dengan CSR (X2) memperoleh Original Sampel 0,011 dengan t-statistik 1,100 dan p-value 0,920. Karena tidak sesuai dengan ketentuan, hipotesis ditolak, menandakan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.
 6. Uji efek Profitabilitas (Z) pada Leverage (X2) memperlihatkan nilai Original Sampel 0,086 dengan t-statistik 0,520 serta p-value 0,520. Berdasarkan kriteria, hipotesis ditolak, yang berarti Profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap Leverage.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Riset memperlihatkan bahwa Good Corporate Governance (GCG) yang ditaksir berdasarkan kepemilikan lembaga tidak menimbulkan efek penting atas nilai perusahaan. Fakta tersebut mengisyaratkan bahwa pelaksanaan GCG belum betul-betul memperbaiki nilai perusahaan di bidang perbankan. Temuan ini sejalan dengan studi (Rahmasari & Trisnawati, 2021) yang menyebutkan bahwa GCG yang diproseskan lewat kepemilikan manajerial serta kepemilikan institusional tidak memberikan dampak pada nilai perusahaan. Begitu pula, (Istigfari & Herawati, 2023) menegaskan bahwa GCG tidak berdampak positif pada nilai perusahaan, kesadaran akan integritas prinsip-prinsip GCG tidak menjadi wujud penerapan nyata oleh perusahaan. Kepemilikan institusional belum berfungsi sebagai mekanisme peningkatan nilai perusahaan, sebab tingkat kepemilikan institusional yang rendah tidak memaksimalkan kinerja. Bahkan konflik kepentingan antara pemegang saham dengan pihak manajemen tidak secara substansial memengaruhi nilai perusahaan. Selanjutnya, (Pithaloka & Pandin, 2024) juga menuturkan bahwa hasil riset menunjukkan variabel GCG tidak mempunyai dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) terbukti bahwa CSR memberikan dampak yang positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Entitas bisnis yang aktif melaksanakan aktivitas CSR umumnya mempunyai nilai pasar lebih tinggi karena mampu memperkuat citra, meningkatkan reputasi, serta menarik perhatian investor. Temuan studi ini selaras dengan temuan (Rinofah et al., 2023) yang mengindikasikan bahwa variabel CSR berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta selaras dengan, (Dzikir et al., 2020) yang membuktikan bahwa melalui hasil analisis hipotesis ditemukan indikasi adanya efek menguntungkan dan berarti CSR pada nilai perusahaan. Penerapan CSR menggambarkan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar, yang akhirnya diharapkan bisa mempertinggi nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang diestimasi dengan Debt to Equity Ratio (DER) tidak menunjukkan efek berarti pada nilai perusahaan. Hal ini mengisyaratkan bahwa pengelolaan utang perusahaan masih kurang berhasil dalam menaikkan nilai perusahaan. Temuan riset ini konsisten dengan temuan (Lubis, 2023) yang menjelaskan bahwa Leverage tidak menampakkan kontribusi konstruktif signifikan bila diuji secara parsial terhadap nilai perusahaan. Temuan senada juga diuraikan oleh Rizka Aprilia (2019) serta Putu Mikhy Novari dan Putu Vivi Lestaru (2016), (Khotimah et al., 2020) yang menegaskan bahwa Leverage dengan indikator DER tidak memberi efek atas nilai perusahaan. Naik turunnya rasio leverage tidak ada kaitannya dengan nilai perusahaan; dengan kata lain, Leverage tidak bisa dijadikan sarana untuk mempertinggi nilai perusahaan.

Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas terbukti mampu memperkuat hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan. Entitas yang memiliki tingkat laba tinggi dapat menerapkan GCG secara lebih optimal, meningkatkan keterbukaan informasi serta menumbuhkan kepercayaan investor. Hal ini menegaskan adanya sinyal positif bahwa kinerja keuntungan mendukung keberhasilan tata kelola perusahaan. Temuan ini selaras dengan (Nugraheni & Suaryana, 2024) yang menyebutkan bahwa Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dan hipotesis tersebut diterima. Penerapan GCG dalam sebuah perusahaan akan memperkuat keterbukaan kinerja, mengurangi permasalahan keagenan, serta pada akhirnya menumbuhkan keyakinan publik terhadap performa perusahaan. Lebih lanjut, kondisi ini akan semakin diperkuat oleh laba yang berhasil diperoleh perusahaan.

Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas tidak bertindak selaku moderator dalam relasi antara CSR dan nilai perusahaan, yang mengisyaratkan bahwa meningkatnya profit tidak senantiasa diiringi dengan bertambahnya kegiatan CSR. Pelaksanaan CSR lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebijakan internal maupun peraturan pemerintah, bukan semata-mata oleh profitabilitas. Temuan riset ini konsisten dengan (Julian & Setiawati, 2024) yang menandaskan bahwa Profitabilitas tidak sanggup menjadi penengah maupun meningkatkan dampak CSR atas nilai perusahaan, serta selaras dengan (Masitha & Fitriyah, 2022) yang menyatakan bahwa temuan penelitian memperlihatkan Profitabilitas tidak mampu berperan sebagai perantara efek CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bahwa besarnya tingkat profitabilitas tidak menjamin perusahaan dapat menjalankan tanggung jawab sosial secara optimal.

Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas tidak memengaruhi keterkaitan antara Leverage dengan nilai perusahaan. Pemakaian utang dan tingkat laba berjalan secara terpisah tanpa adanya saling ketergantungan. Leverage dapat menimbulkan tambahan risiko yang bahkan berpotensi menurunkan nilai perusahaan, meskipun entitas tersebut memiliki profitabilitas yang tinggi. Oleh sebab itu, kebijakan pendanaan perlu diperhitungkan

dengan cermat, tidak hanya bertumpu pada kinerja keuntungan. Temuan ini konsisten dengan (D. D. Pratiwi & Hendayana, 2024) Temuan uji memperlihatkan bahwa Leverage yang dimoderasi oleh Profitabilitas tidak memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, fungsi Profitabilitas sebagai faktor pemoderasi tidak sanggup memperkokoh keterkaitan antara Leverage dan nilai perusahaan. Pada situasi tersebut, besar kecilnya Leverage dengan adanya kapasitas menghasilkan keuntungan tidak berimplikasi pada nilai perusahaan, lantaran resiko serta beban pengeluaran yang justru bisa mereduksi nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Merujuk pada hasil studi terhadap entitas perbankan yang terdaftar pada BEI kurun 2019–2023, ditemukan bukti bahwa Good Corporate Governance (GCG) tidak menunjukkan efek bermakna terhadap nilai perusahaan, walaupun mutu tata kelola berupa transparansi informasi dan akuntabilitas tetap esensial untuk diperhatikan. Sebaliknya, Corporate Social Responsibility (CSR) menimbulkan dampak menguntungkan dan nyata terhadap nilai perusahaan, kondisi tersebut menandakan bahwa perusahaan yang giat menjalankan aktivitas sosial serta ekologis lebih efektif memperoleh ketertarikan pemodal. Sementara itu, penerapan Leverage tidak menghadirkan pengaruh bermakna terhadap nilai perusahaan, mungkin karena penggunaan pinjaman belum dimanfaatkan secara efisien. Profitabilitas nyata memiliki kontribusi strategis dalam memperkokoh dampak GCG terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak memerantarai relasi CSR maupun Leverage dengan nilai perusahaan. Oleh karenanya, penerapan GCG perlu terus ditingkatkan guna menjaga citra dan keberlangsungan perusahaan, program CSR harus diarahkan pada aktivitas yang relevan serta berkesinambungan, dan pengelolaan leverage mesti dilakukan secara cermat agar tidak menimbulkan beban finansial. Investor disarankan menjadikan CSR serta profitabilitas sebagai indikator utama dalam menilai kinerja maupun potensi investasi perusahaan. Untuk penelitian mendatang, disarankan memperluas cakupan menggunakan jangka periode yang lebih luas serta memperhitungkan variabel beserta area industri yang lain, sehingga didapat temuan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, B., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Ardianto, C. N. (2023). Nilai Perusahaan : Pengaruh Profitabilitas Dan Good Corporate Governance. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1087–1106. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3118>
- Ayunisari, P., & Sawitri, A. P. (2021). Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh CSR, GCG dan Intelectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 80. <https://doi.org/10.25273/inventory.v5i2.10649>
- Darniyat, W. A., Aprilly, R. V. D., Nurhayati, W. T., Adzani, S. A., & Novita, S. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Performa Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(2), 95–104. <https://doi.org/10.35384/jkp.v19i2.390>
- Dzikir, A. N., Sahnur, & Tenriwatu. (2020). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN

- PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empirirs Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Atma Jaya Accounting Research*, 03. <https://doi.org/10.61938/fm.v17i2.336>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istigfari, V. R., & Herawati, V. (2023). Pengaruh Gcg, Csr, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Postgraduate Management Journal*, 3(1).
- Julian, A., & Setiawati, E. (2024). The Effect Of Corporate Social Responsibility (CSR) And Company Size On Firm Value With Profitability As A Moderating Variable (Empirical Study On Manufacturing Companies In The Consumer Goods Industry Sector Listed On The IDX For The 2019-2021 Period). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1). <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (11th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Khotimah, siwi nur, Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *JJURNAL RISET MAHASISWA AKUNTANSI (JRMA)*, 8(2). <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Lubis, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Entitas*, 3. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.8835>
- Masitha, M. H., & Fitriyah, H. (2022). Peran profitabilitas dalam memoderasi pengaruh corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor good and consumer di BEI tahun 2018-2020. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 2(7). <https://doi.org/10.17977/um066v2i72022p723-733>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Nugraheni, N. P. T. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2024). Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(6). <https://doi.org/10.24843/EJA.2024.v34.i06.p13>
- Pithaloka, S. A., & Pandin, M. Y. R. (2024). Pengaruh Sustainability Report, Good Corporate Governance, Dan Profitability Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia BEI Periode 2020 – 2022. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 227–244. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i1.336>
- Pradewi, M. A. P. (2024). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA*.
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4, 95.

- <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.201>
- Pratiwi, D. D., & Hendayana, Y. (2024). The Moderating Effect of Profitability on Leverage and Company Size on Company Value in Retail Trade Sub-Sector Companies on the Indonesian Stock Exchange (IDX) 2019-2023. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5).
- Rahmasari, B. P., & Trisnatingsih, S. (2021). Pengaruh Gcg Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Call for Paper (SENAPAN)*, 1(1). <https://doi.org/10.33005/senapan.v1i1.234>
- Rinofah, R., Kusumawardani, R., & Putri, P. N. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 157. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i2.3177>
- Suharsono, J., & Triyuwono, I. (2020). *Akuntansi Utang: Menggali makna tuk Menggapai Cinta Ilahi dengan Pendekatan Etnohipnosis* (1st ed.). Anggota IKAPI.
- Tajeri. (2023). *Corporate Social Responsibility* (I. A. Putri (ed.); 2nd ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Coporate Social Responsibility terhadap perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *AJAR*.