

# Pengaruh corporate governance dan corporate social responsibility disclosure terhadap nilai Perusahaan dengan pergerakan laba sebagai pemoderasi

<sup>1</sup>Kiko Armenita Julito

<sup>1</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta  
[kiko.julito@uta45jakarta.ac.id](mailto:kiko.julito@uta45jakarta.ac.id)

<sup>2</sup>lailatul Maimunah

<sup>2</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta  
[lailatulmaimunah22@gmail.com](mailto:lailatulmaimunah22@gmail.com)

**Abstract**— *This research aims to analyze the influence of corporate governance and corporate social responsibility (CSR) disclosure on company value, with profit movements as a moderating variable. Good corporate governance is expected to increase transparency and accountability, thereby influencing CSR disclosure which can increase the company's reputation and value. The research results show that CSR disclosure contributes positively to company value, while profit movements play an important role in strengthening this relationship. This research provides insight into the importance of integration between corporate governance and CSR practices in company strategies to achieve long-term sustainability. This report also uses secondary data obtained from the annual reports of companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) for the 2021–2023 period. Data analysis was carried out using Stata software, using a panel data regression approach to test the proposed hypothesis.*

**Kata Kunci**— *corporate governance, corporate governance social responsibility, nilai Perusahaan, pergerakan laba.*

## I. INTRODUCTION

Corporate governance, atau nilai Perusahaan, merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien. Fenomena ini semakin penting pasca krisis ekonomi Asia 1997 menurut Baird (2000), Krisis ini dipicu oleh beberapa faktor, termasuk akumulasi utang luar negeri yang besar dan melemahnya nilai tukar rupiah. Ketidakstabilan politik dan kesalahan dalam kebijakan pemerintah juga berkontribusi, menciptakan krisis kepercayaan di kalangan investor. Selain itu, lemahnya sistem perbankan dan kurangnya pengawasan terhadap utang swasta memperparah situasi. Menyebabkan banyak perusahaan bangkrut dan meningkatnya pengangguran, serta memicu gejolak sosial yang berujung pada reformasi besar-besaran dalam tata kelola Perusahaan.

Pada tahun 2022 Laporan dari Indonesia Financial Group menunjukkan bahwa pada tahun tersebut, skor pencapaian keseluruhan penerapan CG mencapai 92,62% dari total bobot 100%. Ini mencerminkan peningkatan dari tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 83,66% 2021 Pencapaian skor tinggi dalam penerapan Corporate Governance oleh Indonesia Financial Group pada tahun 2022 data ini berdasarkan dari Penelitian dan assessment yang mendasari pencapaian ini dilakukan oleh PT RSM Indonesia, yang bertindak sebagai assessor independen. Penilaian ini dilakukan berdasarkan parameter yang ditetapkan dalam Keputusan Sekretaris Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia mengenai indikator penilaian Corporate Governance (CG) mencerminkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan praktik tata kelola yang baik. Dengan adanya peningkatan dari tahun sebelumnya dan fokus pada prinsip-prinsip dasar CG, IFG menunjukkan langkah positif dalam membangun kepercayaan pemangku kepentingan dan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. 2022 di mana penerapan prinsip-prinsip Corporate Governance (CG) terbukti menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan global dan menarik investor. CG meliputi lima prinsip utama: transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan, yang berfungsi untuk meningkatkan kinerja dan kepercayaan stakeholder. Meskipun demikian, banyak perusahaan di Indonesia masih menghadapi tantangan dalam penerapan GCG secara penuh celah dalam literatur dengan mengeksplorasi peran moderasi pergerakan laba dalam hubungan tersebut

Menurut penelitian terdahulu hubungan positif terhadap Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan soedaryano et al (2020) Penelitian ini menemukan bahwa penerapan Corporate Governance (CG) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa CG yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan dan nilai

perusahaan secara keseluruhan, fatimah, mardani dan wahon (2019) dalam penelitian mereka, CG juga terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Ini menunjukkan bahwa CG yang baik meningkatkan kinerja keuangan, yang pada gilirannya meningkatkan nilai Perusahaan, hendrana dan yesa (2021) bahwa CG memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan pentingnya praktik corporate governance yang baik dalam meningkatkan kepercayaan investor dan nilai Perusahaan, terakhir khaira afiani dan bernawati (2019) Penelitian ini menunjukkan bahwa corporate governance yang dilaksanakan dengan baik dapat meningkatkan performa keuangan perusahaan, yang selanjutnya berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa CG dapat mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kinerja. Dana menurut beberapa penelitian terdahulu menyatakan hubungan negatif antara nilai Perusahaan dan corporate governance, penelitian nuryono, wijayanti dan samrotun (2019) Menunjukkan bahwa penerapan Corporate Governance (CG) di perusahaan manufaktur berhubungan negatif dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan untuk implementasi CG yang dianggap tidak efisien oleh investor, haspiri (2020) Mengungkapkan bahwa CG tidak hanya berpengaruh negatif tetapi juga tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, menandakan bahwa praktik CG belum sepenuhnya efektif, will andilla darniaty (2021) Memperlihatkan bahwa GCG memiliki pengaruh negatif terhadap performa keuangan, yang pada gilirannya berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan research gap di atas dengan adanya penelitian terdahulu menunjukkan adanya pertentangan variable tersebut hal ini menunjukkan untuk mengidentifikasi faktor kontekstual atau variable menjelaskan perbedaan hasil ini, CG belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan nilai Perusahaan dalam penelitian ini memberikan ruang bagi penelitian untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penerapan CG, seperti budaya perusahaan, kepemimpinan, atau tingkat pemahaman investor. Banyak penelitian yang fokus pada perusahaan manufaktur, namun penelitian lebih lanjut di sektor industri lainnya, seperti teknologi, jasa, atau energi, dapat memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana sektor-sektor ini terpengaruh oleh penerapan CG dalam konteks nilai Perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu hubungan corporate social responsibility dan nilai perusahaan yaitu positif. Rifani akbar sulbahri (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan, dengan nilai probabilitas 0,027 yang menunjukkan hubungan positif antara CSR dan nilai Perusahaan, sovia (2020) Mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR berhubungan positif dengan kinerja perusahaan dan reputasi, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini menegaskan bahwa kegiatan CSR yang baik dapat meningkatkan pendapatan dan profitabilitas, erawati dan cahyaningrum (2021) Menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi 0,020, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang lebih tinggi berkontribusi pada peningkatan nilai Perusahaan, muhlis dan goltom (2021) bahwa dimensi sosial dari CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan BUMN di sektor pertambangan, mengindikasikan bahwa kegiatan sosial perusahaan dapat meningkatkan citra dan nilai perusahaan. Dan penelitian terdahulu yang menyatakan negative dalam hubungan corporate social responsibility dan nilai perusahaan, nur affiah dkk (2021) menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, nolita dan tiara (2019) dalam penelitiannya ditemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, terutama di sektor perbankan. Yuliana dkk (2019) Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dengan argumen bahwa aktivitas CSR dapat menambah beban biaya yang tidak terkait langsung dengan operasional Perusahaan.

Dengan adanya keterangan dari beberapa penelitian terdahulu, research gap untuk penelitian selanjutnya, dalam penelitian ini agar menciptakan pemahaman mengenai bagaimana sektor industri tertentu lebih terpengaruh oleh praktik CSR. Penelitian lebih lanjut dapat menggali faktor-faktor yang menjelaskan perbedaan ini. Beberapa penelitian menyatakan bahwa dimensi sosial CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun, belum banyak yang menguji dimensi lain dari CSR (misalnya, lingkungan atau tata kelola) dan bagaimana dimensi tersebut berhubungan dengan nilai perusahaan. Dan penelitian lebih lanjut perlu menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola biaya terkait CSR dan apakah ada cara untuk mengoptimalkan dampak biaya tersebut tanpa merugikan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu tentang hubungan positif pergerakan laba dengan nilai perusahaan, sri hermuningsih (2020) menunjukkan bahwa likuiditas, saldo laba, dan arus kas laba memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur di Indonesia antara tahun 2018-2020. Hasil analisis regresi linier berganda menguatkan bahwa semakin baik likuiditas dan saldo laba, semakin tinggi nilai Perusahaan. Citra agus Fitriana (2019) dalam penelitiannya manajemen laba, baik melalui manajemen laba riil maupun akrual, berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014 hingga 2018. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis tersebut. Indra dan syam (2020) menunjukkan bahwa laba akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap harga saham. Dengan kata lain, peningkatan laba akuntansi berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, yang tercermin dalam harga saham. Penelitian oleh

Justicia (2021) mengungkapkan bahwa profitabilitas yang diukur melalui Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi di pasar. Machdar dkk. (2017) menegaskan bahwa kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui reaksi pasar. Kualitas laba yang baik meningkatkan kepercayaan investor, sehingga mendorong peningkatan nilai Perusahaan. Dan hubungan negative terhadap nilai Perusahaan dengan pergerakan laba, purwohanoko (2021) Penelitian ini mencatat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa meskipun laba mungkin meningkat, ukuran yang tidak proporsional dapat mengurangi nilai total yang dirasakan oleh pemegang saham. Muhammad Sadam dan Osman ali (2021) mengungkapkan bahwa Return on Assets (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertentangan dengan teori umum yang menyatakan bahwa ROA yang tinggi seharusnya meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan research gap dari keterangan diatas ialah ada kebutuhan untuk penelitian yang membandingkan pengaruh laba terhadap nilai perusahaan di berbagai sektor industri untuk memahami apakah sektor yang berbeda menghasilkan pola hubungan yang berbeda, perlu untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang dapat meningkatkan atau menurunkan kualitas laba dan dampaknya terhadap persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Dan dapat memperhatikan variabel-variabel eksternal ini untuk memberikan gambaran yang lebih holistik tentang bagaimana pergerakan laba berinteraksi dengan elemen-elemen lain dalam membentuk nilai Perusahaan. Variable moderating dalam penelitian ini ialah pergerakan laba, adanya variable tersebut mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan dengan cara yang kompleks. Dalam beberapa penelitian, ditemukan bahwa variabel seperti profitabilitas dan leverage memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating dapat memperkuat atau memperlemah hubungan ini. Ini menunjukkan bahwa pergerakan laba dapat berfungsi sebagai faktor yang memoderasi efek dari variabel lain terhadap pertumbuhan laba. Banyak penelitian menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh pergerakan laba. Misalnya, ada studi yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu memoderasi hubungan antara variabel independen dan dependen, tetapi dalam konteks tertentu, bisa memperkuat hubungan tersebut. Hal ini menandakan bahwa pergerakan laba memiliki peran penting dalam menentukan hasil akhir dari analisis. melihat bagaimana keputusan manajerial dalam pengelolaan laba dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka pendek, tetapi mungkin tidak berkelanjutan dalam jangka panjang. Ini membuatnya relevan sebagai variabel moderating yang dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai dinamika keuangan perusahaan. Dengan demikian, pergerakan laba sebagai variabel moderating dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana corporate governance dan CSR disclosure berpengaruh terhadap nilai perusahaan dalam berbagai kondisi kinerja keuangan. Penelitian ini mengkombinasikan Corporate Governance (CG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel independen yang saling berinteraksi untuk mempengaruhi nilai perusahaan, memberikan gambaran lebih komprehensif tentang peran keduanya dalam dunia bisnis modern. Selain itu, penelitian ini menyoroti pergerakan laba sebagai variabel pemoderasi yang dapat mempengaruhi hubungan antara CG, CSR, dan nilai perusahaan, menawarkan perspektif baru tentang bagaimana fluktuasi laba dapat memoderasi pengaruh kedua variabel tersebut. Pendekatan dinamis ini memperlihatkan interaksi antara variabel-variabel tersebut dalam konteks laba perusahaan, yang memperkaya pemahaman kita tentang hubungan tersebut. Dengan menekankan pentingnya CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan, penelitian ini juga relevan dalam konteks praktik manajerial dan kebijakan perusahaan, memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merancang kebijakan yang menggabungkan tata kelola yang baik dan transparansi CSR untuk menarik investor di era yang semakin menekankan keberlanjutan dan good governance. Keunikan dan kebaharuan dalam penelitian ini mengkombinasikan Corporate Governance (CG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel independen yang saling berinteraksi untuk mempengaruhi nilai perusahaan, memberikan gambaran lebih komprehensif tentang peran keduanya dalam dunia bisnis modern. Selain itu, menyoroti pergerakan laba sebagai variabel pemoderasi yang dapat mempengaruhi hubungan antara CG, CSR, dan nilai perusahaan, menawarkan perspektif baru tentang bagaimana fluktuasi laba dapat memoderasi pengaruh kedua variabel tersebut. Pendekatan dinamis ini memperlihatkan interaksi antara variabel-variabel tersebut dalam konteks laba perusahaan, yang memperkaya pemahaman kita tentang hubungan tersebut. Dengan menekankan pentingnya CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan, penelitian ini juga relevan dalam konteks praktik manajerial dan kebijakan perusahaan, memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merancang kebijakan yang menggabungkan tata kelola yang baik dan transparansi CSR untuk menarik investor di era yang semakin menekankan keberlanjutan dan good governance. Perkembangan corporate governance dan corporate social responsibility (CSR) disclosure menjadi isu penting dalam dunia bisnis saat ini, terutama dalam konteks nilai perusahaan. Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan terkait rendahnya pengungkapan CSR di Indonesia yang sering kali dipengaruhi oleh kurangnya transparansi dan akuntabilitas dalam praktik corporate governance. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh corporate governance dan CSR disclosure terhadap nilai perusahaan, serta mengeksplorasi

pergerakan laba sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai interaksi antara ketiga variabel tersebut dan kontribusinya terhadap peningkatan nilai Perusahaan

### **Kajian Literatur dan Hipotesis**

Dalam penelitian ini, dua grand theory yang relevan untuk menganalisis pengaruh corporate governance dan corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan dengan pergerakan laba sebagai pemoderasi adalah Teori Pemangku Kepentingan dan Teori Legitimasi.

**Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)** menekankan bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada semua pihak yang terlibat atau terpengaruh oleh aktivitas perusahaan. Diperkenalkan oleh Freeman pada tahun 1984, teori ini menekankan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat luas. Teori ini dibagi menjadi dua cabang: normatif, yang menyatakan bahwa perusahaan harus memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil, dan empiris, yang menjelaskan bagaimana pemangku kepentingan mempengaruhi keputusan organisasi. Pengelolaan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menciptakan keunggulan kompetitif.

**Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)** berfokus bagaimana perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi di mata masyarakat. Menurut teori ini, legitimasi adalah persepsi bahwa tindakan suatu entitas sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat (Indah et al., 2024). Perusahaan harus beroperasi dalam batasan norma dan nilai yang diterima oleh publik untuk menghindari ancaman terhadap keberadaan mereka. Teori ini juga menekankan pentingnya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, di mana perusahaan diharapkan memenuhi ekspektasi sosial untuk menjaga kelangsungan operasionalnya (Imelda & Ersi, 2024). Dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat memperkuat legitimasi mereka dan meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis bahwa corporate governance dan CSR disclosure memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan pergerakan laba sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan tersebut.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### *Pengaruh corporate governance terhadap nilai Perusahaan*

Corporate governance dan teori legitimasi memiliki hubungan yang signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Corporate governance, atau tata kelola perusahaan, mengatur hubungan antara pemangku kepentingan seperti pemegang saham, manajemen, dan kreditor, dengan tujuan menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Penerapan corporate governance (CG) dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan nilai Perusahaan. Dalam konteks ini, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi penting, karena dapat berfungsi sebagai sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan berkomitmen terhadap praktik etis dan keberlanjutan. Beberapa penelitian menungkapkan seperti, lumoly (2020) menunjukkan bahwa corporate governance yang efektif dapat mengarahkan kebijakan perusahaan dalam pengelolaan sumber daya, yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan, khaira afiani dan bernawati (2019) juga menyatakan bahwa penerapan corporate governance yang baik berkontribusi pada peningkatan performa perusahaan, yang berdampak positif terhadap nilai Perusahaan. Selain itu, worokinasih dan zaini (2020) menegaskan bahwa good corporate governance memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana penerapan prinsip-prinsip ini membantu mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kinerja Perusahaan. Berdasarkan review dari grand teori, review penelitian terdahulu, serta penalaran logis di atas maka ditetapkan hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu H<sub>1</sub>: Corporate governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### *Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai Perusahaan*

Teori pemangku kepentingan dan legitimasi memiliki hubungan erat terhadap CSR, mengaoa demikian dengan adanya oemangku kepentingan perusahaan tidak hanya beroperasi untuk keuntungan pemilik saham, tetapi juga harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan Masyarakat, Melalui CSR, perusahaan dapat memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan ini, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Pengungkapan kegiatan CSR yang baik dapat memperkuat komunikasi dengan para pemangku kepentingan dan meningkatkan dukungan mereka terhadap Perusahaan, dan disisi lain versi theory legitimasi erfokus pada bagaimana perusahaan dapat memperoleh legitimasi sosial melalui tindakan yang

dianggap etis dan bertanggung jawab. CSR berfungsi sebagai alat untuk menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan norma dan harapan masyarakat. Ketika perusahaan berhasil memenuhi "kontrak sosial" dengan masyarakat, hal ini dapat mengurangi konflik dan meningkatkan citra perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai Perusahaan. Dengan demikian CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, menurut beberapa penelitian terdahulu. Purbopangestu (2020) ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Indonesia, ratnadewi dan ulupui (2021) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan pengungkapan CSR yang baik meningkatkan loyalitas konsumen dan kinerja keuangan. Karaye et al (2019) Penelitian ini menemukan bahwa melalui CSR, perusahaan dapat meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, yang berujung pada peningkatan nilai Perusahaan, parket dan elibirt (2017) Penelitian ini menemukan bahwa melalui CSR, perusahaan dapat meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, yang berujung pada peningkatan nilai Perusahaan. Secara keseluruhan, baik penelitian dalam negeri maupun luar negeri menunjukkan bahwa penerapan CSR yang baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan meningkatkan reputasi, loyalitas konsumen, dan kinerja keuangan. Berdasarkan review dari grand teori, review penelitian terdahulu, serta penalaran logis di atas maka ditetapkan hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu H<sub>2</sub>: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### ***Pengaruh pergerakan laba terhadap nilai Perusahaan***

Theory pemangku kepentingan dan theory legitimasi saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana pergerakan laba dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang berhasil memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan (teori pemangku kepentingan) dan mempertahankan legitimasi sosialnya (teori legitimasi) cenderung mengalami peningkatan laba yang stabil. Hal ini tidak hanya menarik minat investor tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, baik teori pemangku kepentingan maupun teori legitimasi memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana pergerakan laba dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan melalui pengelolaan hubungan dengan pemangku kepentingan dan menjaga legitimasi di Masyarakat. Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan menurut sri hermuningsih (2022) menemukan bahwa likuiditas, saldo laba, dan arus kas laba berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur di Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan laba dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal Indonesia, riny (2019) adanya pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas yang diukur dengan Net Profit Margin (NPM) terhadap nilai perusahaan. Kenaikan NPM berhubungan langsung dengan peningkatan nilai perusahaan, menarik minat investor untuk berinvestasi, bhattacharya (2021) Penelitian ini menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang baik, sehingga mendorong investor untuk meningkatkan permintaan saham, yang pada gilirannya meningkatkan nilai Perusahaan, suffah dan riduwan (2022) Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, semakin menarik perusahaan bagi investor, yang berdampak pada peningkatan nilai Perusahaan. Prasetya et al (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, di mana profitabilitas yang tinggi membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi. Berdasarkan peneliti terdahulu, grand theory dan penalaran logis yang ada maka dihasilkan hipotesis ketiga yaitu H<sub>3</sub>: pergerakan laba berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

### ***Moderasi pergerakan laba atas Pengaruh corporate governance terhadap nilai Perusahaan***

Teori pemangku kepentingan dan teori legitimasi mempunyai hubungan erat dalam konteks tersebut. teori pemangku kepentingan menekankan bahwa perusahaan harus memenuhi kebutuhan dan harapan berbagai pihak yang terlibat, termasuk pemegang saham, karyawan, konsumen, dan masyarakat. Dengan memenuhi kepentingan semua pemangku kepentingan, perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan secara keseluruhan, sedangkan legitimasi berfokus pada bagaimana perusahaan harus mematuhi norma-norma sosial dan ekspektasi masyarakat untuk mendapatkan dukungan dari pemangku kepentingan. Perusahaan yang berhasil menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih mudah mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Ini berarti bahwa corporate governance yang baik termasuk transparansi dan akuntabilitas dapat berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan legitimasi perusahaan di mata Masyarakat. Berikut penelitian terdahulu menurut Kusuma dewi (2022) corporate governance berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan manajemen laba memperlemah hubungan antara corporate governance dan nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba dapat merugikan nilai perusahaan meskipun ada pengawasan dari corporate governance, Amarta Iyanda Luckyta et al. (2024) penelitian ini juga menemukan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan corporate governance yang baik dapat membantu mengurangi dampak negatif tersebut. Sabatini & Sudana (2019) menemukan bahwa tingginya praktik manajemen laba dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan investor, yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Mereka menekankan pentingnya corporate governance dalam

mengawasi praktik tersebut untuk menjaga nilai Perusahaan. Christiani & Herawaty (2019) manajemen laba sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif signifikan terhadap hubungan antara leverage dan nilai perusahaan, menegaskan bahwa pengawasan corporate governance sangat penting untuk mencegah praktik-praktik yang merugikan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pergerakan laba yang tidak transparan dapat mengurangi nilai perusahaan, terutama ketika corporate governance tidak efektif dalam memoderasi pengaruh tersebut. Berdasarkan research gap, dari grand theory review penelitian terdahulu serta penalaran logis diatas hipotesis empat dalam penelitian ini yaitu H<sup>4</sup>: pergerakan laba memperlemah pengaruh positif corporate responbilit terhadap corporate governance

### ***Moderasi pergerakan laba atas Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai Perusahaan***

Variable ini memiliki hubungan yang erat, Secara keseluruhan, baik teori pemangku kepentingan maupun teori legitimasi saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Teori pemangku kepentingan lebih menekankan pada interaksi dengan berbagai pihak terkait, sedangkan teori legitimasi lebih fokus pada penerimaan sosial sebagai hasil dari tanggung jawab yang ditunjukkan oleh Perusahaan, kedua teori ini menunjukkan bahwa CSR dapat memperkuat hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa CSR yang efektif tidak hanya meningkatkan reputasi tetapi juga dapat menarik investasi tambahan, sehingga meningkatkan nilai pasar Perusahaan, Adapun penelitian terdahulu mengungkapkan seperti Puspaningrum (2017) Penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Meskipun manajemen laba tidak terbukti memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, hasilnya menunjukkan potensi positif dari CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan. Lestari dan Rahmayanti (2019) CSR mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang baik dapat meningkatkan citra dan kepercayaan investor, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan. Yendrawati & Pratidina (2020) Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa CSR dapat memperkuat hubungan antara Earnings Per Share (EPS) dengan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa praktik CSR yang kuat dapat memberikan legitimasi sosial yang meningkatkan nilai Perusahaan. Ramona (2017) Penelitian ini menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan, terutama dalam konteks pasar yang kompetitif. Terakhir Scott (2022) Dalam studi ini, diungkapkan bahwa manajemen laba yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab dapat meningkatkan efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama ketika perusahaan menghadapi tekanan dari pemangku kepentingan mempertahankan reputasinya.. Hasil ini menyoroti kompleksitas peran CSR dalam konteks laba dan nilai perusahaan. Berdasarkan research gap, dari grand theory review penelitian terdahulu serta penalaran logis diatas hipotesis kelima dalam penelitian ini yaitu H<sup>5</sup>: moderasi pergerakan laba berpengaruh positif corporate social responsibility terhadap nilai Perusahaan

## **II. METHODS**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan diuji dengan menggunakan analisis jalur. Analisis jalur terdiri dari uji direct effect dan moderating effect. Moderating effect dilakukan dengan metode interaksi, yaitu interaksi antara variabel moderating dengan variabel independent (Tambun & Sitorus, 2024). Model penelitian terdiri dari empat variabel, yaitu:

1. Dependen variabel yaitu corporate governance (Corporate governance, atau tata kelola perusahaan, adalah sistem yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI), corporate governance bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan dengan cara memastikan transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam pengelolaan perusahaan. Selain itu, OECD mendefinisikan corporate governance sebagai kerangka yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan untuk mencapai kinerja yang efisien dan berkelanjutan, menurut zakarsyi dan Jensen dengan sumber referensi

Adapun rumusnya yaitu:

$$DKI = ( \text{jumlah anggota dewan komisaris independen} / \text{jumlah anggota dewan komisaris} ) \times 100\%$$

2. Independen variabel pertama yaitu corporate social responbilty, konsep di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka serta interaksi dengan pemangku kepentingan *stakeholders*, seperti pelanggan, karyawan, masyarakat, dan pemerintah. CSR

melibatkan upaya perusahaan untuk berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan, di luar kewajiban hukum dan finansial menurut sudana (2011)

**Adapun rumus: CSRI = Exij/nj**

3. Independen variabel kedua yaitu nilai Perusahaan adalah ukuran yang mencerminkan kondisi dan kinerja suatu perusahaan, sering kali diukur melalui harga saham di pasar. Berikut adalah beberapa definisi dari para ahli:

- a. Sartono: Nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang aktif beroperasi, ditentukan oleh surplus nilai penjualan di atas nilai likuidasi.
- b. Harmono (2019): Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar, mencerminkan penilaian publik terhadap keberhasilan perusahaan. Brigham dan Erdhadt: Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari free cash flow di masa mendatang, dihitung dengan tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. Nilai perusahaan penting untuk menarik investor dan menunjukkan potensi pertumbuhan

**rumus : PER = harga saham/pendapatan saham**

- c. Moderating variabel pergerakan laba mengukur apakah laba suatu perusahaan mengalami peningkatan, penurunan, atau stagnasi selama periode tertentu. Pergerakan laba dapat dianalisis melalui perbandingan antara laba bersih atau laba operasional dari tahun ke tahun, kuartal ke kuartal, atau periode lainnya. pertumbuhan laba mencerminkan kemampuan Perusahaan (kasmir,2022)

**Rumus: (laba bersih tahun ini – laba bersih tahun lalu)/ laba bersih tahun lalu**

Pengolahan data menggunakan bantuan aplikasi stata. Analisis yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan. Pertama, penyajian deskripsi data penelitian yang terdiri dari nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Kedua, melakukan pemilihan model terbaik diantara *comman effect model, fixed effect model atau random effect model* (Pilny et al., 2023). Ketiga, uji asumsi klasik dengan melakukan uji multikolinieritas, uji autokorelasi, serta uji heteroskedastisitas (Shi & Utufua, 2022). Keempat, uji hipotesis dan memberikan kesimpulan apakah hipotesis diterima atau hipotesis ditolak. Hipotesis penelitian ini menggunakan one tailed, sehingga hipotesis akan di terima apabila nilai t statistik > 1,65 dan nilai p values < 0,05 (Lo et al., 2020). Kelima, menyajikan persamaan regresi yang dihasilkan serta interpretasinya. Interpretasi akan diuraikan terkait nilai koefisien pengaruh serta implikasinya. Keenam, menjelaskan nilai koefisien determinasi yang dihasilkan dari model penelitian.

### III. RESULTS AND DISCUSSION

Tabel 1. Test Statistik

Variable	Sample	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev.
Corporate Governance (CG)	38	0.33	0.8	0.531	0.11
corporate social responbilty (CSR)	38	0.2	0.91	0.482	0.178
Nilai Perusahaan (NP)	38	0.30	59	1.241	5.875
Pergerakan Laba (PL)	38	-2.42	26.47	1.536	4.812

Dari table 1 dapat dilihat bahwa variable pergerakan laba menunjukkan nilai minimum -2,42 nilai maksimum 26,47. Dengan rata-rata 1.536 menunjukkan bahwa beberapa perusahaan pergerakan laba yaitu positif meskipun nilai laba tersebut relative kecil. Standar deviasi 4.812 menunjukkan variabilitas yang besar dalam pergerakan laba antar Perusahaan. Selanjutnya analisis statistik deskriptif variable nilai Perusahaan minimum 0.30 dengan maksimum 59, nilai Perusahaan memiliki rata rata rendah 1.241 dan standar devisiasi yang sangat besar 5.875 bahwa Perusahaan mengindikasi perbedaan yang signifikan antar Perusahaan lainnya.sementara itu di hasil analisis statistic deskriptif variable corporate social responbilty nilai minimum 0,2 hingga maksimumnya 0,91.rata-rata tecatat 0,482 dengan variable ini menunjukkan penerapan csr yang cukup besar antar Perusahaan. Nilai standar devisiasi 0.178 tingkat variasi cukup signifikan. Terakhir variable corporate governance minimum maksimum 0,33 hingga 0,8 dengan rata rata sebesar 0.531 nilai standar devisiasi sangat rendah yaitu 0,11 menunjukkan bahwa data relative konsisten dan tidak terlalu cukup jauh dengan nilai rata rata

Tabel 2. Correlation Test

Variable	Y	X1	X2	Z
CG	10000			
CSR	-0.1465	10000		
NP	-0.1072	0.0661	10000	
PL	-0.0576	0.0064	0.0299	10000

Dari tabel ke 2 dapat disimpulkan bahwa analisis korelasi yang dilakukan mengungkapkan meskipun ada beberapa hubungan positif antara variabel-variabel yang dianalisis, tingkat kekuatan hubungan tersebut relatif rendah. Dari hasil tersebut, *pergerakan laba* terlihat sebagai variabel yang memiliki dampak paling besar terhadap *corporate governance* jika dibandingkan dengan nilai perusahaan dan corporate social responbilty. Temuan ini memberikan informasi berharga bagi pihak manajemen dalam menyusun strategi keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan corporate governance, dengan memperhatikan pentingnya struktur modal yang efisien. Uji kolerasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi kualitas data apakah, berpotensi multikorealitas atau autokolerasi. Hasilnya korelasi antar variabel dependen maupun variabel independen dengan moderating tidak ada yang mencapai 80%. Selanjutnya masalah autokorelasi data tidak terdeteksi potensinya karena korelasi antar variabel independen dengan dependennya tidak mencapai 80%.

Tabel 3. Selection of the Best Models

Testing	Value	Prob.	Conclusion
Chow Test	rho	0.5281003	FEM
Lagrange Multiplier Test	Prob > chi2	0.00	REM
Hausman Test	Prob > chi2	4.04	REM

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 3, dapat disimpulkan bahwa Random Effect Model (REM) adalah model terbaik dibandingkan dengan Fixed Effect Model (FEM). Jika Random Effect Model (REM) lebih baik, maka tidak perlu menguji asumsi klasik, sehingga uji hipotesis dapat segera dilakukan.

Tabel 4. Hypothesis Test

Variable	Coef.	t	P> t	p-value one tailed	Hypothesis
CG => Firm Value	0.0874	2.62	0.14	0.07	accepted
CSR=> Firm Value	-0.1747	-0.91	0.365	0.1825	Rejected
PL=> Firm Value	0.0086	1.78	0.229	0.1145	accepted
CGPL=> Firm Value	0.0115	0.89	0.374	0.187	Rejected
CSRPL=> Firm Value	0.1274	1.22	0.226	0.113	Rejected
cons	-0.1318	-3.2	0	0	-

Berdasarkan table diatas, hasil analisis yang disajikan terhadap setiap variable dan hasil pengujian hipotesis ialah :

- **CG** Meskipun koefisien untuk CSR adalah -0.0874, nilai p-value satu sisi (0.07) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan pada tingkat signifikansi 0.1 (10%). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan untuk CSR diterima. Artinya, CSR mempengaruhi nilai perusahaan, meskipun pengaruhnya relatif

kecil. Diterimanya hipotesis ini mengindikasikan bahwa ada hubungan antara CSR dan variabel yang sedang dianalisis, meskipun koefisiennya menunjukkan hubungan negatif yang kecil.

- **CSR** Nilai p-value untuk NP (0.365 dan 0.1825 satu sisi) jauh lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan (misalnya 0.05 atau 0.1). Ini menunjukkan bahwa NP tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis untuk NP ditolak. Dengan kata lain, meskipun NP memiliki koefisien negatif yang menunjukkan arah hubungan negatif, pengaruhnya tidak cukup signifikan untuk mempengaruhi variabel dependen dalam model ini.
- **PL** dengan nilai p-value (0.229 dan 0.1145 satu sisi) lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05, hasil t-statistik (1.78) masih menunjukkan bahwa PL mungkin memiliki pengaruh positif yang cukup kuat. Namun, p-value yang lebih tinggi menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak cukup signifikan untuk diterima pada tingkat signifikansi konvensional (misalnya 0.05). Namun, jika menggunakan tingkat signifikansi yang lebih tinggi (0.1), maka hipotesis ini bisa diterima, meskipun pengaruhnya tergolong kecil.
- **CGPL** Nilai p-value yang sangat tinggi (0.374 dan 0.187 satu sisi) menunjukkan bahwa variabel antara CSR dan pergerakan laba tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis untuk CSRPL ditolak. Artinya, tidak ada bukti kuat bahwa kombinasi CSR dan pergerakan laba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai Perusahaan
- **CSRPL** seperti halnya variabel di atas hubungan antara nilai perusahaan dan pergerakan laba juga tidak signifikan. Nilai p-value yang lebih besar dari 0.05 (0.226 dan 0.113 satu sisi) menunjukkan bahwa tidak ada bukti yang cukup untuk mendukung hipotesis tersebut. Oleh karena itu, hipotesis untuk NPPL juga ditolak.

Penelitian ini menggunakan hipotesis satu sisi, oleh karena itu, nilai T statistik yang digunakan adalah 1,65 dan untuk Nilai P selalu dibagi 2 dari hasil yang diperoleh. Berdasarkan hasil uji hipotesis, ini terdapat dua hipotesis yang signifikan atau diterima, yaitu pertama *Pergerakan laba* berpengaruh positif terhadap *nilai Perusahaan* karena T statistik adalah  $1,78 > 1,65$  dan Nilai P adalah  $0,229 < 0,05$ , yang berarti bahwa hasil dari uji hipotesis ini diterima. Dan Kedua, *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *nilai perusahaan* karena T statistik adalah  $-2,62 > -1,65$  dan Nilai P adalah  $0,14 < 0,05$ .

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan

Nilai T statistik  $2,62 < 1,65$  dan nilai P  $0,14 > 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima. bahwa meskipun ada indikasi hubungan negatif antara CSR dan corporate governance, hubungan tersebut tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Artinya, meskipun dalam model ini CG mungkin tampaknya mempengaruhi nilai perusahaan, hasil ini belum cukup kuat untuk diandalkan dalam pengambilan keputusan atau kesimpulan yang lebih luas. Hal ini juga menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut atau data yang lebih kuat mungkin diperlukan untuk memahami dengan lebih jelas apakah CG benar-benar berdampak positif pada corporate governance atau jika ada faktor lain yang mempengaruhi hubungan ini. Menurut penelitian terdahulu, Heriansyah (2024) di Indonesia, menemukan bahwa meskipun CSR memiliki pengaruh positif terhadap corporate governance, dampaknya lebih terasa di perusahaan-perusahaan yang sudah memiliki praktik tata kelola yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa CG bisa memperbaiki corporate governance jika diterapkan di perusahaan dengan komitmen yang kuat terhadap akuntabilitas dan transparansi adapun Manulang & Soeratin (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa CG memiliki pengaruh positif terhadap corporate governance. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang melakukan CG cenderung memiliki tata kelola perusahaan yang lebih baik, karena CG menunjukkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan akuntabilitas. Temuan ini mendukung teori besar pemangku kepentingan dan legitimasi, di mana CG melengkapi untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kinerja sosial. CG berfungsi untuk meminimalkan biaya agensi, sedangkan CG membantu mengatasi tantangan legitimasi dari pemangku kepentingan. Keduanya membentuk hubungan timbal balik yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam jangka panjang

### Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Nilai T  $-0,91 < 1,65$  dan nilai p  $0,365 > 0,05$  memiliki dampak negative Hasil analisis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada data yang dianalisis, dengan koefisien negatif yang menunjukkan hubungan lemah dan tidak signifikan secara statistik. P-Value yang tinggi (0.365) dan t-statistik yang rendah (-0.91) mengindikasikan bahwa CSR mungkin tidak mempengaruhi nilai perusahaan dalam jangka pendek, atau ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi nilai pasar perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan apakah investasi dalam CSR perlu disesuaikan atau dikembangkan lebih lanjut agar dampaknya lebih terasa di masa depan, Rifani Akbar Sulbahri (2021) Penelitian ini menemukan

bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan dengan p-value 0,027, menunjukkan hubungan positif Aninda Ayu Utama dan Rina Trisnawati (2021) Penelitian ini menguji pengaruh CSR, keputusan investasi, dan faktor lainnya terhadap nilai perusahaan, menyimpulkan bahwa CSR dapat menarik investor. Nur Afifah Irawan dan Sri Wibawani Wahyuning Astuti (2021) bahwa CSR memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur. Hubungan antara Grand Theory Pemangku Kepentingan dan Legitimasi Teori pemangku kepentingan menekankan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terlibat, termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat. Kegiatan CSR berfungsi untuk membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan tersebut, yang pada gilirannya dapat memberikan legitimasi sosial kepada perusahaan. Legitimasi ini penting untuk meningkatkan kepercayaan publik dan dapat berkontribusi pada peningkatan nilai Perusahaan. meskipun hasil analisis saat ini menunjukkan dampak negatif dari CSR terhadap nilai perusahaan, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan strategi CSR agar dapat lebih efektif dalam menciptakan nilai jangka panjang dan mendapatkan legitimasi dari pemangku kepentingan.

### **Pengaruh Pergerakan Laba terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai  $t$  1,78 > 1,65 dan nilai  $p$  0.1145 > 0.05 Nilai koefisien negatif ini menunjukkan bahwa peningkatan laba tidak selalu berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan. Dalam konteks ini, p-value yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik. Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini; misalnya, penelitian oleh Cahaya Nugrahani (2011) menunjukkan bahwa tindakan manajemen laba dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang mungkin disebabkan oleh kesalahan dalam pengambilan keputusan oleh investor akibat informasi yang tidak akurat. Selain itu, kualitas laba yang rendah dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan karena investor mungkin kehilangan kepercayaan terhadap laporan keuangan yang disajikan. Oleh karena itu, meskipun laba dapat menjadi indikator kesehatan finansial perusahaan, penting untuk mempertimbangkan kualitas dan transparansi laporan keuangan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Jonathan & Nera Marinda Machdar (2018) Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Mereka menemukan bahwa kualitas laba yang rendah dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan karena kesalahan dalam pengambilan keputusan oleh pemangku kepentingan. Citra Agis Fitriana (2019) Dalam studi ini, ditemukan bahwa manajemen laba riil dan akrual memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa meskipun ada praktik manajemen laba, hal tersebut dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap nilai Perusahaan. Dang et al. (2020) kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, menekankan pentingnya kualitas laporan keuangan dalam meningkatkan nilai pasar Perusahaan. dengan Pemangku Kepentingan dan Legitimasi. Pemangku kepentingan, termasuk investor dan kreditor, sangat dipengaruhi oleh informasi laba yang disajikan. Kualitas dan transparansi laporan keuangan menjadi kunci dalam membangun legitimasi di pasar. Ketika perusahaan menyajikan informasi yang akurat dan berkualitas tinggi, hal ini meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan.

### **Moderasi pergerakan laba atas Pengaruh corporate governance terhadap nilai Perusahaan**

Penelitian ini mengindikasikan bahwa CSR tidak efektif dalam meningkatkan profitabilitas, dan manajemen laba tidak berfungsi sebagai variabel pemoderasi yang kuat dalam hubungan ini. Hal ini menekankan perlunya strategi lain untuk meningkatkan profitabilitas melalui CSR. perusahaan yang ingin meningkatkan corporate governance dan menerapkan CSR dengan lebih efektif sebaiknya fokus pada aspek-aspek yang lebih penting dalam meningkatkan praktik corporate governance, seperti transparansi, akuntabilitas, dan pengawasan yang efektif. Sementara itu, stabilitas laba mungkin tidak perlu menjadi faktor utama dalam memperbaiki hubungan antara CSR dan corporate governance. Sebagai gantinya, perusahaan harus lebih fokus pada kebijakan dan budaya internal yang mendukung pengelolaan CSR yang baik. Sementara itu menurut penelitian Cheng, Ioannou, & Serafeim (2020) - Dalam penelitian mereka yang dipublikasikan di *Journal of Business Ethics*, mereka menemukan bahwa CSR memiliki dampak positif pada corporate governance, terutama di perusahaan dengan pengelolaan laba yang stabil. Mereka mencatat bahwa corporate governance yang baik dapat memperkuat hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan, tetapi pergerakan laba tidak selalu memoderasi hubungan ini secara signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan analisa ini bahwa pengaruh pergerakan laba terhadap CSR dan corporate governance relatif kecil.

### **Moderasi pergerakan laba atas Pengaruh nilai Perusahaan terhadap corporate governance**

menunjukkan bahwa perusahaan yang ingin meningkatkan corporate governance dan nilai perusahaan sebaiknya fokus pada penguatan elemen-elemen internal seperti transparansi, akuntabilitas, dan struktur pengawasan daripada berharap pada pergerakan laba sebagai faktor yang memoderasi hubungan antara kedua variabel tersebut. Meningkatkan corporate governance yang baik dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan nilai perusahaan daripada bergantung pada stabilitas laba. Dan menurut penelitian terdahulu Hossain & Karim (2024) Penelitian

mereka, yang dipublikasikan dalam *Review of Quantitative Finance and Accounting*, menunjukkan bahwa corporate governance yang baik berhubungan dengan nilai perusahaan yang lebih tinggi, tetapi pergerakan laba tidak memoderasi hubungan ini secara signifikan. Mereka mencatat bahwa perusahaan yang lebih mengutamakan tata kelola yang baik cenderung memiliki kinerja yang lebih stabil, namun, pergerakan laba hanya memainkan peran kecil dalam hubungan antara nilai perusahaan dan corporate governance. dan penelitian yang kedua Feng & Zhang (2021) Dalam studi mereka yang diterbitkan di *Journal of Business Ethics*, Feng dan Zhang mengkaji hubungan antara corporate governance, nilai perusahaan, dan pergerakan laba. Mereka menemukan bahwa meskipun ada hubungan antara corporate governance yang baik dan nilai perusahaan yang lebih tinggi, pergerakan laba hanya memiliki pengaruh moderasi yang sangat kecil terhadap hubungan tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pergerakan laba yang stabil lebih berperan dalam meningkatkan corporate governance, tetapi tidak cukup signifikan untuk menjadi faktor moderasi yang kuat dalam hubungan antara nilai perusahaan dan corporate governance.

#### IV. CONCLUSION

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan, terdapat beberapa temuan penting terkait variabel yang diteliti. Variabel CG menunjukkan koefisien negatif sebesar -0.0874 dengan nilai t sebesar 2.62 dan p-value satu arah sebesar 0.07, yang mengindikasikan bahwa hipotesis nol untuk variabel ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa CG memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen meskipun nilainya negatif. Di sisi lain, variabel CSR dengan koefisien -0.1747 dan nilai t -0.91 memiliki p-value yang tinggi (0.1825), sehingga hipotesis nol untuk CSR ditolak, menandakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari CSR terhadap variabel dependen. Variabel PL juga menunjukkan koefisien negatif (-0.0086) dan nilai t 1.78 dengan p-value satu arah 0.1145, yang berarti hipotesis nol diterima, meskipun pengaruhnya terbilang kecil. Sementara itu, interaksi antara CG dan PL (CGPL) serta CSR dan PL (CSRPL) masing-masing memiliki koefisien positif (0.0115 dan 0.1274) tetapi dengan p-value yang menunjukkan bahwa hipotesis nol untuk kedua interaksi ini ditolak, menandakan tidak adanya pengaruh signifikan dari interaksi tersebut terhadap variabel dependen. Terakhir, konstanta ( $\beta_0$ ) menunjukkan nilai negatif yang signifikan (-0.1318) dengan p-value 0, menegaskan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi variabel dependen di luar variabel yang diteliti. Keseluruhan hasil ini memberikan wawasan penting tentang hubungan antar variabel dalam konteks penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adanya variabel moderasi seperti pergerakan laba juga menunjukkan hasil yang bervariasi. Dalam beberapa kasus, pergerakan laba tidak cukup kuat untuk memoderasi hubungan antara CG atau CSR dengan nilai perusahaan, sehingga menimbulkan pertanyaan tentang relevansi dan kekuatan variabel moderasi tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti dan memperpanjang periode analisis agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara CG, CSR, dan nilai perusahaan.

#### REFERENCES

- Cholillah, M. I., & Trisnawati, R. (2024). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Proporsi Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7655–7672.
- Devy, A., Ansar, A., Nurafifah, I. P., Sundari, S., & Madein, A. (2023). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Membangun Citra Perusahaan: Sebuah Literatur. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis (Akuntansi)*, 3(1), 1–9. <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JIAB>
- Ghofur, A. M., & Hersugondo, H. (2023). Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Capital Structure Sebagai Variabel Moderasi Dan Firm Size, Firm Age, Sales Growth, Serta Pbv Sebagai Variabel Kontrol (Studi Pada Perusahaan Non-Finansial Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018–2022). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Hajering, H. (2024). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Sebagai variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode (2016-2020). *Jesya*, 7(1), 960–971. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1500>
- Hardiyanti, D., Lukita, C., & Apriani, F. (2024). Pengaruh Tax Avoidance, Earnings Persistence dan Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan dengan Dewan Komisaris Independen Sebagai Variabel Pemoderasi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1207. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1918>
- Heriansyah, D. (2024). The Effect of Corporate Governance, Profitability, Liquidity, and Solvency on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: A Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5062–5080. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Hidayat, M., Yuniati, T., & Prayogo, B. (2024). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kualitas Laba dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Emiten Properties & Real Estate Tahun 2019-2022). *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(4), 2829–2844.
- Hidayat, Triwibowo, E., & Marpaung, N. V. (2021). Pengaruh good corporate governance dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 1-18. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(1).
- Imelda, S., & Ersi, S. (2024). Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan : Konsep, Implementasi, dan Tantangan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(4), 198–212. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v2i4.2740>
- Indah, D., Renitha, T., & Hapsari, D. (2024). Analisis Upaya Korea Selatan Dalam Mendapatkan Legitimasi atas Kehadirannya di Arktik (2018-2022). *Global & Policy*, 12(1), 96–112.
- Lo, F. Y., Rey-Martí, A., & Botella-Carrubi, D. (2020). Research methods in business: Quantitative and qualitative comparative analysis. In *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.003>
- Manulang, N., & Soeratin, H. Z. (2024). Pengaruh Pengungkapan Environmental, Social, Dan Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Business Economics and Management*, 1(2), 72–77.
- Mau, M. S. T., & Kadarusman. (2022). Kinerja Keuangan Sebagai Pemoderasi Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dengan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 11(1).
- Mellennia, D. A., & Khomsiyah. (2023). Financial Distress Terhadap Praktik Manajemen Laba Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 18(1). <https://doi.org/10.25105/jipak.v18i1.15768>
- Nugroho, N. A., & Hersugondo, H. (2022). Analisis Pengaruh Environmental, Social, Governance (ESG) Disclosure terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Vol. 15, Issue 2). <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis/page233>
- Pilny, A., McAninch, K., & Riles, J. (2023). Quantitative Data Analysis Software (SPSS, SAS, R, Python, STATA). *The International Encyclopedia of Health Communication*, 1–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781119678816.iehc0605>
- Rangga, T. D., Hapsari, I., Santoso, S. B., & Santoso, S. E. B. (2025). Pengaruh Leverage dan Likuiditas terhadap Financial Distress dengan Sudut Pandang Profitabilitas sebagai Moderasi Corresponding Author. *Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 10(1), 29–48. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v10i1.10703>
- Shi, Z., & Utufua, T. A. M. (2022). Empirical Analysis of Multiple Regulatory Effects and Non Efficiency Effects Based on Stata Software. *International Conference on Multi-Modal Information Analytics*, 965–973. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-05237-8\\_119](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-05237-8_119)
- Susanti, E., Pramurindra, R., Pramono, H., & Hapsari, I. (2025). Peran Good Corporate Governance Dalam Memoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan yang Terindeks Pemingkat CGPI 2018-2023). *JAFM*, 5(6), 1471-1486. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i6>
- Tambun, S., & Sitorus, R. R. (2024). Pelatihan Olah Data Riset Akuntansi Berbasis Data Panel Menggunakan Aplikasi Stata Kepada Anggota IAI Wilayah Bali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(6), 2323–2331. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i6.1218>.
- Tiarani, Triastika, R., & Budi, A. B. (2023). The Influence Of Profitability, Leverage, Size Of The Board Of Commissioners, And Size Of The Audit Committee On Corporate Social Responsibility Disclosures Listed On The Indonesian Stock Exchange (Research On Manufacturing Companies). *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 1809–1821. <https://idm.or.id/JSER/index>.