Jelajah Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 2, *Issue*-1, 2026
E-ISSN: 3110-8334
Website: https://publications.corejurnal.com/index.php/ekonomi

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di BEI Periode 2021–2023

Raisa Frederika Br. Sebayang[1], Hendro Lukman[2]*
[1,2]Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Indonesia
*Email korespondensi: hendrol@fe.untar.ac.id

Abstrak

Nilai perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap kinerja dan prospek keberlanjutan usaha yang dapat dipengaruhi oleh informasi keuangan maupun nonkeuangan. Pengungkapan tanggung jawab sosial, mekanisme tata kelola perusahaan, dan profitabilitas merupakan faktor yang berpotensi berkaitan dengan nilai perusahaan, meskipun hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan perbedaan. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD), proporsi komisaris independen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan data sekunder dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Teknik *purposive sampling* menghasilkan 10 perusahaan dengan total 30 observasi perusahaan-tahun. Data dianalisis menggunakan regresi data panel dengan *Common Effect Model* (CEM) sebagai model terpilih berdasarkan uji Chow, Hausman, dan Lagrange Multiplier. Nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q, sedangkan profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA). Hasil pengujian parsial yang dilaporkan menunjukkan bahwa CSRD ($p = 0{,}2025$), proporsi komisaris independen ($p = 0{,}1134$), dan ROA ($p = 0{,}8367$) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ringkasan pengujian simultan menunjukkan nilai probabilitas uji F sebesar 0,5865 ($p > 0{,}05$) dan koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,0704, yang menunjukkan bahwa model menjelaskan 7,04% variasi nilai perusahaan. Pengungkapan CSR, proporsi komisaris independen, dan profitabilitas belum menunjukkan hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan pada hasil pengujian yang dilaporkan. Temuan ini menegaskan keterbatasan kemampuan penjelasan ketiga variabel tersebut serta pentingnya mempertimbangkan faktor keuangan dan nonkeuangan lainnya dalam mengevaluasi nilai perusahaan.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR; Komisaris Independen; Profitabilitas; Nilai Perusahaan; Regresi Data Panel.

The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Independent Board of Commissioners, and Profitability on Firm Value in the Food and Beverage Sector Listed on the IDX for the 2021–2023 Period

Abstract

Firm value reflects investors' assessments of corporate performance and business sustainability prospects, which may be associated with financial and non-financial information. Corporate social responsibility disclosure, corporate governance mechanisms, and profitability are potential determinants of firm value, although previous studies have reported inconsistent findings. To examine the effects of Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD), the proportion of independent commissioners, and profitability on the firm value of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2021–2023. This study employed an explanatory quantitative approach using secondary data from corporate annual and sustainability reports. Purposive sampling yielded 10 companies and 30 firm-year observations. The data were examined using panel data regression, with the Common Effect Model (CEM)

selected based on the Chow, Hausman, and Lagrange Multiplier tests. Firm value was measured using Tobin's Q, while profitability was measured using Return on Assets (ROA). The reported partial regression results indicated that CSRD (p = 0.2025), the proportion of independent commissioners (p = 0.1134), and ROA (p = 0.8367) were not statistically significant in relation to firm value. The reported model summary showed no joint statistical significance (F-test p = 0.5865), with an R-squared of 0.0704, indicating that the model explained 7.04% of the variation in firm value. CSR disclosure, the proportion of independent commissioners, and profitability did not demonstrate statistically significant relationships with firm value in the reported tests. These findings highlight the model's limited explanatory power and the importance of considering additional financial and non-financial factors when evaluating firm value.

Keywords**:** *CSR Disclosure; Independent Commissioners; Profitability; Firm Value; Panel Data Regression.*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif mendorong perusahaan untuk mempertahankan kinerja dan meningkatkan daya tarik investasi melalui pengelolaan sumber daya yang efektif serta penerapan prinsip keberlanjutan usaha. Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan penilaian investor terhadap kondisi dan prospek perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan laba, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi pasar mengenai kualitas pengelolaan, transparansi informasi, dan keberlanjutan kegiatan usaha. Wijaya dkk. (2021) menjelaskan bahwa nilai perusahaan berkaitan dengan persepsi investor terhadap perusahaan yang tercermin melalui harga saham. Salah satu pengukuran nilai perusahaan yang digunakan dalam literatur keuangan adalah Tobin's Q, yaitu rasio yang membandingkan nilai pasar ekuitas ditambah total utang dengan total aset perusahaan. Pengukuran ini memberikan gambaran mengenai nilai perusahaan berdasarkan penilaian pasar relatif terhadap aset yang dimiliki (Dzahabiyya dkk., 2020).

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat dan mendukung kegiatan industri pengolahan. Berdasarkan informasi Kementerian Perindustrian (2024), industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 39,10% terhadap produk domestik bruto (PDB) industri nonmigas dan 6,55% terhadap PDB nasional pada tahun 2023. Pada tahun yang sama, sektor ini mencatat pertumbuhan sebesar 4,47% secara tahunan, yang menunjukkan keberlanjutan aktivitas ekonomi industri setelah periode pemulihan pandemi COVID-19. Pertumbuhan tersebut memperlihatkan pentingnya sektor makanan dan minuman dalam perekonomian nasional, sekaligus menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kinerja keuangan dan nonkeuangan perusahaan tercermin dalam nilai perusahaan.

Pertumbuhan industri secara agregat tidak selalu menunjukkan peningkatan nilai pasar pada setiap perusahaan. Perbedaan tingkat profitabilitas, struktur pengawasan, serta keterbukaan informasi keberlanjutan berpotensi menghasilkan penilaian yang berbeda di antara perusahaan dalam sektor yang sama. Selama periode 2021–2023, perusahaan makanan dan minuman beroperasi dalam lingkungan bisnis yang dipengaruhi oleh pemulihan aktivitas ekonomi, perubahan biaya produksi, serta dinamika permintaan konsumen. Kondisi tersebut menjadikan sektor makanan dan minuman relevan untuk mengkaji hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial, mekanisme tata kelola, dan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan menjadi penting karena pertumbuhan industri tidak dengan sendirinya menunjukkan kemampuan setiap perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Salah satu aspek nonkeuangan yang dapat dipertimbangkan investor adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap dampak kegiatan usahanya pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pelaksanaan CSR dapat mencakup pengelolaan dampak lingkungan, kesejahteraan tenaga kerja, tanggung jawab terhadap produk, serta kontribusi kepada masyarakat. Azzaki (2019) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan dengan upaya pengelolaan aspek

keberlanjutan dalam kegiatan usaha. Informasi mengenai pelaksanaan CSR dapat disampaikan melalui laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD). Pengungkapan tersebut memungkinkan investor dan pemangku kepentingan memperoleh informasi mengenai tanggung jawab perusahaan di luar indikator keuangan.

Dalam perspektif teori keagenan, pengungkapan CSR dapat berfungsi sebagai mekanisme penyampaian informasi untuk membantu mengurangi asimetri informasi antara manajemen sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal. Informasi yang transparan diharapkan meningkatkan kemampuan investor dalam menilai pengelolaan risiko dan keberlanjutan usaha perusahaan. Namun, tingkat pengungkapan CSR tidak selalu memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan. Sumarlan dan Fauziah (2024) menemukan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2022. Sebaliknya, penelitian Melani dan Wahidahwati (2017) melaporkan adanya pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan masih memerlukan pengujian pada periode dan karakteristik perusahaan yang berbeda.

Selain pengungkapan CSR, mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi aspek penting dalam pengelolaan perusahaan karena berkaitan dengan pengawasan, akuntabilitas, transparansi, dan perlindungan kepentingan pemegang saham. Forum for Corporate Governance in Indonesia (2017) menjelaskan bahwa tata kelola perusahaan mencakup hubungan antara berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, termasuk pemegang saham, manajemen, karyawan, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya. Mekanisme tata kelola dapat direpresentasikan melalui beberapa indikator, seperti komite audit, struktur dewan direksi, komisaris independen, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial. Dalam penelitian ini, GCG diproksikan menggunakan proporsi komisaris independen karena indikator tersebut secara langsung menggambarkan salah satu komponen struktur pengawasan terhadap manajemen perusahaan.

Komisaris independen memiliki peran dalam mendukung objektivitas pengawasan terhadap keputusan dan kebijakan manajemen sehingga diharapkan mampu mengurangi potensi konflik kepentingan antara agen dan prinsipal. Keberadaan komisaris independen juga dapat meningkatkan akuntabilitas serta kepercayaan investor terhadap pengelolaan perusahaan (Alkhairani dkk., 2020). Namun, proporsi komisaris independen belum tentu mencerminkan efektivitas pengawasan yang sesungguhnya. Saragih dan Tampubolon (2023) menemukan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sementara itu, Melani dan Wahidahwati (2017) melaporkan bahwa GCG memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan pentingnya mempertimbangkan karakteristik sektor dan proksi tata kelola yang digunakan. Penggunaan proporsi komisaris independen dalam penelitian ini dibatasi pada aspek independensi struktur dewan komisaris dan tidak dimaksudkan untuk merepresentasikan keseluruhan mekanisme GCG.

Faktor keuangan yang juga berkaitan dengan nilai perusahaan adalah profitabilitas, yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), yaitu perbandingan antara laba bersih dan total aset perusahaan. ROA digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dari aset yang digunakan dalam kegiatan operasional. Menurut Chandra dan Hastuti (2023), profitabilitas merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang dapat dipertimbangkan dalam penilaian perusahaan. Dalam perspektif teori sinyal, informasi profitabilitas berpotensi memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan serta kemampuan perusahaan dalam mengelola aset, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan investor dalam menentukan keputusan investasi.

Meskipun demikian, hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan belum menunjukkan hasil yang seragam. Nurapiah dan Qosim (2020) menemukan bahwa ROA secara parsial tidak berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sebaliknya, sejumlah penelitian lain, termasuk Alkhairani dkk. (2020), membahas profitabilitas sebagai faktor yang berkaitan dengan nilai perusahaan melalui model hubungan yang berbeda. Perbedaan penggunaan variabel, sektor perusahaan, serta pendekatan pengukuran menjadi pertimbangan dalam membandingkan hasil penelitian terdahulu. Oleh karena itu, pengujian profitabilitas sebagai variabel independen langsung terhadap nilai perusahaan masih relevan dilakukan dalam konteks sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat kesenjangan empiris mengenai konsistensi hubungan CSRD, komisaris independen, dan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Sebagian penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan, sedangkan penelitian lainnya tidak menemukan hubungan yang signifikan. Selain perbedaan hasil tersebut, penelitian terdahulu menggunakan karakteristik industri, periode pengamatan, dan indikator tata kelola yang beragam. Perbedaan ini menunjukkan perlunya pengujian yang lebih terarah terhadap ketiga variabel dalam satu model, khususnya pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian bersama tiga aspek perusahaan, yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai representasi informasi nonkeuangan, proporsi komisaris independen sebagai mekanisme pengawasan tata kelola, serta ROA sebagai indikator profitabilitas, dengan nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Penelitian difokuskan pada sektor makanan dan minuman selama periode 2021–2023, sehingga dapat memberikan bukti empiris yang lebih spesifik mengenai hubungan ketiga variabel tersebut dengan penilaian pasar perusahaan pada periode pengamatan yang sama. Penggunaan regresi data panel juga memungkinkan pengujian berdasarkan variasi antarperusahaan dan antarperiode, dengan pemilihan model estimasi yang sesuai dengan karakteristik data.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, proporsi komisaris independen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan, pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur mengenai hubungan informasi nonkeuangan, mekanisme tata kelola, dan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dan investor dalam mengevaluasi faktor-faktor yang berkaitan dengan penilaian perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori yang bertujuan menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRD), *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan dengan proporsi komisaris independen, dan profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Data penelitian disusun dalam bentuk data panel yang menggabungkan pengamatan antarperusahaan (*cross-section*) dan antarwaktu (*time series*).

Populasi awal penelitian terdiri atas 30 perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria kesesuaian sektor usaha, ketersediaan laporan keuangan dan laporan tahunan, periode pelaporan yang berakhir pada 31 Desember, serta kelengkapan informasi yang diperlukan untuk mengukur seluruh variabel penelitian. Berdasarkan jumlah sampel yang dilaporkan dalam naskah, diperoleh 10 perusahaan selama tiga tahun pengamatan sehingga menghasilkan 30 observasi perusahaan-tahun. Rancangan proses pemilihan sampel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rancangan Seleksi Sampel Penelitian

Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
Perusahaan sektor makanan dan minuman dalam populasi awal	30
Perusahaan dengan laporan keuangan dan laporan tahunan yang tidak memenuhi kriteria	(8)
Perusahaan dengan informasi variabel penelitian yang tidak memadai	(7)
Perusahaan dengan data yang tidak lengkap selama periode pengamatan	(5)
Jumlah perusahaan sampel	10
Periode pengamatan	3 tahun
Jumlah observasi	30

Sumber: Data sekunder yang diolah peneliti (2024).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q, yaitu rasio nilai pasar ekuitas ditambah total utang terhadap total aset perusahaan. Nilai pasar ekuitas diperoleh dari perkalian harga saham penutupan dengan jumlah saham beredar. Variabel independen terdiri atas CSRD, proporsi komisaris independen, dan ROA. Pengukuran masing-masing variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator dan Pengukuran	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Tobin's Q = (MVE + Total Utang) / Total Aset	Rasio
CSRD (X1)	Jumlah indikator CSR yang diungkapkan / Total indikator yang dinilai	Rasio
Komisaris Independen (X2)	Jumlah komisaris independen / Jumlah seluruh anggota dewan komisaris	Rasio
Profitabilitas (X3)	ROA = (Laba Bersih / Total Aset) × 100%	Persen

Sumber: Rancangan operasionalisasi variabel penelitian.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) melalui teknik analisis isi (*content analysis*) terhadap laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Dalam rancangan instrumen, pengukuran mengacu pada GRI Standards 2016 dengan 54 indikator penilaian yang dikelompokkan ke dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Setiap indikator diberi skor 1 apabila diungkapkan dan skor 0 apabila tidak diungkapkan. Indeks CSRD diperoleh dengan membagi jumlah indikator yang diungkapkan dengan total indikator dalam instrumen penilaian. Rumus pengukurannya adalah:

$$[CSRDI_{it} = \frac{\sum_{j=1}^{N} X_{itj}}{N}]$$

Keterangan:

1) $CSRDI_{it}$ = Indeks pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan ke-i pada tahun ke-t.
2) X_{itj} = Skor pengungkapan indikator CSR ke-j oleh perusahaan ke-i pada tahun ke-t (1 = diungkapkan; 0 = tidak diungkapkan).
3) N = Jumlah keseluruhan indikator CSR yang digunakan dalam instrumen penilaian.

Pemilihan proporsi komisaris independen sebagai proksi GCG didasarkan pada fungsi komisaris independen dalam mengawasi pengelolaan perusahaan, meningkatkan objektivitas pengambilan keputusan, dan mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham. Penggunaan satu proksi tersebut membatasi pengukuran GCG pada aspek independensi dewan komisaris dan tidak mencerminkan seluruh mekanisme tata kelola perusahaan.

Teknik analisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 12. Pemilihan model mempertimbangkan tiga pendekatan , yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Uji Chow digunakan untuk membandingkan CEM dengan FEM, uji Hausman digunakan untuk membandingkan FEM dengan REM, sedangkan uji Lagrange Multiplier (LM) digunakan untuk membandingkan CEM dengan REM.

Tabel 3. Hasil Pengujian Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pengujian	**Probabilitas**	**Keputusan pada α = 0,05**
Uji Chow	0,0751	CEM lebih dipilih daripada FEM
Uji Hausman	0,9780	REM lebih dipilih daripada FEM
Uji Lagrange Multiplier	0,1014	CEM lebih dipilih daripada REM

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan EViews 12 (2024).

Berdasarkan nilai probabilitas yang tersedia, uji Chow menghasilkan probabilitas 0,0751 yang lebih besar daripada 0,05 sehingga tidak terdapat bukti statistik yang cukup untuk memilih FEM dibandingkan CEM. Uji Hausman menghasilkan probabilitas 0,9780 yang menunjukkan bahwa FEM tidak lebih dipilih dibandingkan REM berdasarkan kriteria pengujian. Selanjutnya, uji Lagrange Multiplier menghasilkan probabilitas 0,1014 yang lebih besar daripada 0,05 sehingga tidak terdapat bukti yang cukup untuk memilih REM dibandingkan CEM. Dengan demikian, berdasarkan rangkaian hasil pengujian tersebut, *Common Effect Model* (CEM) dipilih sebagai model dalam rancangan analisis ini.

Persamaan regresi data panel dirumuskan sebagai berikut:

$$NP_{it} = \alpha + \beta_1 CSRD_{it} + \beta_2 KI_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

1) NP = Nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q.
2) α = Konstanta.
3) β1, β2, β3 = Koefisien regresi masing-masing variabel.
4) CSRD = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5) KI = Proporsi komisaris independen.
6) ROA = *Return on Assets*.
7) i = Perusahaan.
8) t = Tahun pengamatan.
9) ε = Komponen kesalahan.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan dan uji F untuk mengetahui signifikansi model secara simultan. Koefisien determinasi (R-squared) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (α = 0,05).

Pada hasil yang disampaikan, nilai R-squared sebesar 0,0704 menunjukkan bahwa model menjelaskan sekitar 7,04% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 92,96% tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai probabilitas uji F sebesar 0,5865 menunjukkan bahwa model tidak signifikan secara simultan pada taraf 5%. Hasil tersebut merupakan keluaran analisis dan sebaiknya ditempatkan pada bagian Hasil Penelitian, sedangkan bagian Metode menjelaskan prosedur pengujiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian yang meliputi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRD), proporsi komisaris independen (KI), profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), serta nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Penelitian mencakup 10 perusahaan sektor makanan dan minuman selama periode 2021–2023 dengan total 30 observasi perusahaan-tahun. Hasil statistik deskriptif berdasarkan data pada naskah awal disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif

Statistik	CSRD	KI	ROA	Tobin's Q
Mean	0,445988	0,436389	43,339710	0,476394
Median	0,490741	0,400000	11,937760	0,496302
Maximum	0,768519	0,800000	797,500000	0,883513
Minimum	0,000000	0,200000	-10,486940	0,184483
Std. Dev.	0,232381	0,123632	143,507600	0,187638
Observations	30	30	30	30

Sumber: Output EViews 12 pada naskah awal (2024).

Berdasarkan Tabel 4, CSRD memiliki nilai rata-rata sebesar 0,445988 dengan standar deviasi 0,232381. Hasil tersebut menunjukkan adanya variasi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial antarperusahaan. Proporsi komisaris independen memiliki rata-rata sebesar 0,436389 dengan standar deviasi 0,123632, yang menggambarkan perbedaan komposisi komisaris independen pada perusahaan yang diamati.

Variabel ROA memiliki rata-rata sebesar 43,339710 dan standar deviasi sebesar 143,507600. Nilai maksimum yang mencapai 797,500000 menunjukkan penyebaran data yang sangat tinggi sehingga hasil tersebut perlu ditafsirkan secara hati-hati, terutama berkaitan dengan satuan pengukuran dan kemungkinan observasi ekstrem. Sementara itu, Tobin's Q memiliki rata-rata sebesar 0,476394 dan standar deviasi 0,187638. Seluruh nilai Tobin's Q pada tabel tersebut berada di bawah satu, tetapi interpretasi ekonominya masih bergantung pada ketepatan penghitungan nilai perusahaan.

Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel mempertimbangkan *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Berdasarkan hasil pengujian yang disampaikan, diperoleh nilai probabilitas uji Chow sebesar 0,0751, uji Hausman sebesar 0,9780, serta uji Lagrange Multiplier sebesar 0,1014.

Tabel 5. Hasil Pengujian Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pengujian	Probabilitas	Keputusan
Uji Chow	0,0751	CEM dibandingkan FEM
Uji Hausman	0,9780	REM dibandingkan FEM

Uji Lagrange Multiplier	0,1014	CEM dibandingkan REM

Sumber: Data diolah menggunakan EViews 12 (2024).

Ketiga nilai probabilitas tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan uji Chow dan Lagrange Multiplier, model CEM lebih dipilih dibandingkan FEM dan REM. Oleh karena itu, CEM digunakan sebagai model pada rancangan analisis ini.

Hasil Pengujian Regresi

Ringkasan hasil CEM yang diberikan menunjukkan nilai R-squared sebesar 0,0704 dan probabilitas uji F sebesar 0,5865. Hasil tersebut disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Ringkasan Hasil Regresi Common Effect Model

Indikator	Nilai
R-squared	0,0704
Probabilitas F-statistic	0,5865
Tingkat signifikansi	0,0500
Jumlah observasi	30

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan EViews 12 (2024).

Nilai probabilitas uji F sebesar 0,5865 lebih besar daripada 0,05, sehingga model regresi tidak signifikan secara simultan. Nilai R-squared sebesar 0,0704 menunjukkan bahwa model menjelaskan sekitar 7,04% variasi nilai perusahaan. Adapun 92,96% variasi lainnya berada di luar kemampuan penjelasan model yang digunakan.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi, *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,197618 dengan nilai probabilitas 0,2025. Nilai tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05, sehingga CSRD tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun koefisien regresi menunjukkan arah positif, hasil pengujian belum memberikan bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa peningkatan pengungkapan CSR berkaitan secara signifikan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Temuan ini memperoleh dukungan empiris dari Sumarlan dan Fauziah (2024) yang melaporkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial belum tentu menjadi faktor yang memiliki hubungan signifikan dengan penilaian pasar terhadap perusahaan. Dalam perspektif teori keagenan, pengungkapan CSR berperan sebagai sarana penyampaian informasi nonkeuangan yang diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham. Namun, tidak signifikannya hubungan CSRD dengan nilai perusahaan mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan informasi sosial dan lingkungan belum tercermin secara konsisten dalam nilai pasar perusahaan selama periode pengamatan. Kondisi tersebut tidak berarti bahwa kegiatan CSR tidak memberikan manfaat, melainkan menunjukkan bahwa luasnya pengungkapan CSR belum terbukti memiliki hubungan signifikan dengan nilai perusahaan dalam model yang diuji. Perbedaan karakteristik industri, periode pengamatan,

serta kualitas informasi yang diungkapkan juga perlu dipertimbangkan dalam memahami hubungan antara CSRD dan nilai perusahaan.

Ditinjau dari teori keagenan, pengungkapan CSR merupakan salah satu mekanisme komunikasi yang dapat membantu mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham. Informasi mengenai tanggung jawab sosial, lingkungan, dan keberlanjutan usaha diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengelolaan perusahaan di luar aspek keuangan. Akan tetapi, hubungan yang tidak signifikan menunjukkan bahwa variasi pengungkapan CSR dalam awal belum diikuti oleh variasi nilai perusahaan yang signifikan secara statistik. Temuan tersebut tidak dapat diartikan bahwa kegiatan CSR tidak bermanfaat bagi lingkungan maupun masyarakat. Indeks CSRD mengukur tingkat pengungkapan informasi dan bukan dampak aktual program CSR. Oleh karena itu, ketidaksignifikanan hasil lebih tepat dipahami sebagai keterbatasan hubungan antara tingkat pengungkapan CSR dan nilai perusahaan dalam model yang diuji.

Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan awal, proporsi komisaris independen memiliki koefisien regresi sebesar -0,468303 dengan probabilitas sebesar 0,1134. Nilai probabilitas tersebut lebih besar daripada 0,05 sehingga proporsi komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun koefisien menunjukkan arah negatif, hasil tersebut tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa peningkatan proporsi komisaris independen menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Saragih dan Tampubolon (2023) yang menemukan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Temuan tersebut menunjukkan bahwa proporsi komisaris independen secara kuantitatif belum tentu berkaitan dengan peningkatan penilaian pasar. Perbedaan karakteristik sektor tetap perlu diperhatikan dalam membandingkan kedua penelitian. Berdasarkan teori keagenan, keberadaan komisaris independen berfungsi mendukung pengawasan terhadap kebijakan manajemen dan mengurangi potensi konflik kepentingan antara agen dan prinsipal. Namun, efektivitas pengawasan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh jumlah atau proporsi komisaris independen, tetapi juga dapat berkaitan dengan kompetensi, pengalaman, independensi dalam pengambilan keputusan, serta pelaksanaan fungsi pengawasan.

Statistik deskriptif naskah awal menunjukkan bahwa proporsi komisaris independen memiliki rata-rata sebesar 0,436389, dengan nilai minimum 0,20 dan maksimum 0,80. Variasi tersebut memperlihatkan perbedaan struktur dewan komisaris antarperusahaan. Namun, hasil regresi awal belum menunjukkan hubungan yang signifikan antara perbedaan proporsi tersebut dengan nilai perusahaan. Dengan demikian, proporsi komisaris independen belum dapat digunakan sebagai satu-satunya indikator untuk menjelaskan keberhasilan mekanisme tata kelola dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil regresi menunjukkan bahwa *Return on Assets* (ROA) memiliki koefisien sebesar 0,0000508 dengan nilai probabilitas 0,8367. Nilai tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05, sehingga profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun koefisien regresi menunjukkan arah positif, hubungan tersebut belum didukung oleh bukti statistik yang cukup untuk menyatakan adanya pengaruh signifikan. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Nurapiah dan Qosim (2020) yang mengungkapkan bahwa ROA secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian tersebut menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,989, yang menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas belum memiliki hubungan signifikan dengan nilai perusahaan. Kesamaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki tidak selalu tercermin

secara langsung dalam peningkatan nilai perusahaan, karena keputusan investasi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar profitabilitas.

Dalam perspektif teori sinyal, profitabilitas merupakan informasi keuangan yang dapat digunakan investor untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal mengenai efektivitas pengelolaan sumber daya. Akan tetapi, informasi tersebut tidak selalu memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan karena penilaian pasar juga dapat mempertimbangkan faktor lain yang tidak tercakup dalam model. Selain itu, statistik deskriptif awal menunjukkan penyebaran ROA yang sangat tinggi, dengan nilai maksimum sebesar 797,500000 dan standar deviasi 143,507600. Kondisi tersebut perlu diperhatikan karena observasi ekstrem dapat memengaruhi hasil . Oleh karena itu, ketidaksignifikanan hubungan ROA dengan nilai perusahaan tidak dapat langsung dikaitkan dengan stabilitas pendapatan perusahaan tanpa pengujian tambahan yang mendukung.

Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa informasi profitabilitas yang direpresentasikan oleh ROA belum memiliki hubungan signifikan dengan nilai perusahaan dalam model yang digunakan. Hasil ini tidak menunjukkan bahwa profitabilitas tidak penting bagi investor, melainkan bahwa variasi ROA belum mampu memberikan penjelasan yang signifikan terhadap variasi nilai perusahaan pada pengujian tersebut.

Pengaruh CSRD, Komisaris Independen, dan Profitabilitas Secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian regresi menggunakan *Common Effect Model* (CEM), diperoleh nilai probabilitas uji F sebesar 0,5865 yang lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSRD), proporsi komisaris independen, dan profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,0704 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 7,04% variasi nilai perusahaan, sedangkan 92,96% sisanya tidak dapat dijelaskan oleh model penelitian. Rendahnya kemampuan penjelasan model mengindikasikan bahwa nilai perusahaan berpotensi berkaitan dengan faktor lain yang belum dimasukkan dalam penelitian, seperti ukuran perusahaan, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan risiko bisnis. Ditinjau dari teori keagenan dan teori sinyal, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, keberadaan komisaris independen sebagai mekanisme pengawasan, serta informasi profitabilitas diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi dan memberikan sinyal positif kepada investor. Namun, hasil pengujian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut belum mampu memberikan penjelasan yang signifikan terhadap variasi nilai perusahaan selama periode pengamatan. Kondisi ini juga perlu dipahami dengan mempertimbangkan keterbatasan jumlah sampel, periode pengamatan yang relatif singkat, serta penggunaan proporsi komisaris independen sebagai satu-satunya proksi tata kelola perusahaan. Dengan demikian, pengembangan model melalui penambahan variabel kontrol dan perluasan periode pengamatan diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil pengujian memberikan gambaran mengenai keterbatasan kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Pengembangan model dengan cakupan variabel yang lebih luas, periode pengamatan yang lebih panjang, serta pengukuran tata kelola yang lebih komprehensif dapat dipertimbangkan dalam penelitian selanjutnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD), *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan melalui proporsi komisaris independen, dan profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Berdasarkan hasil pengujian yang dilaporkan, CSRD, proporsi komisaris independen, dan ROA tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Hasil pengujian simultan juga menunjukkan bahwa model regresi tidak signifikan secara statistik, dengan nilai probabilitas uji F sebesar 0,5865 yang lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05. Nilai koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,0704 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 7,04% variasi nilai perusahaan, sedangkan 92,96% sisanya tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR, proporsi komisaris independen, dan profitabilitas belum memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap nilai perusahaan dalam model yang digunakan. Secara teoretis, hasil ini menunjukkan bahwa peran pengungkapan informasi nonkeuangan, mekanisme pengawasan, dan profitabilitas sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan dan teori sinyal belum tercermin dalam hubungan statistik yang signifikan dengan nilai perusahaan. Secara praktis, perusahaan tetap perlu memperhatikan kualitas dan transparansi pengungkapan CSR, efektivitas pengawasan komisaris independen, serta pengelolaan kinerja keuangan untuk mendukung akuntabilitas dan keberlanjutan usaha, tanpa mengasumsikan bahwa ketiga aspek tersebut secara langsung meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa jumlah sampel yang relatif kecil, yaitu 10 perusahaan dengan 30 observasi, periode pengamatan yang terbatas selama tiga tahun, serta penggunaan proporsi komisaris independen sebagai satu-satunya proksi GCG. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sampel dan periode pengamatan, menggunakan indikator tata kelola yang lebih beragam, serta mempertimbangkan variabel kontrol seperti ukuran perusahaan, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Achyani, M. N., Rahmawati, R., & Amperawati, E. D. (2024). The effect of CSR disclosure and profitability on firm value in food and beverage sub sector. Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 8(1), 214–229. https://doi.org/10.28992/ijsam.v8i1.936

Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis pengaruh good corporate governance (GCG) dan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ekonomi KIAT, 31(2), 10–25.

Aydoğmuş, M., Gülay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. Borsa Istanbul Review, 22(Suppl. 2), S119–S127. https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.11.006

Azzaki, M. R. (2019). Corporate social responsibility dalam memoderasi pengaruh karakteristik perusahaan dan corporate governance terhadap sustainability report (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2016–2018). Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, 9(2), 114–124. https://doi.org/10.23887/jiah.v9i2.20567

Bakhtiar, S., & Rokhayati, H. (2023). Corporate governance, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 7(2), 1503–1513. https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1492

Cahya, K. D., & Riwoe, J. C. (2018). Pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan dengan sustainability reporting sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar di LQ45. Journal of Accounting and Business Studies, 3(1), 46–70.

Chandra, J., & Hastuti, R. T. (2023). Pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan moderasi struktur modal. Jurnal Paradigma Akuntansi, 5(3), 1336–1344. https://doi.org/10.24912/jpa.v5i3.25248

Dinata, I. D., & Tenaya, A. I. (2018). Profitabilitas memoderasi pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance pada nilai perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 24(1), 481–506.

Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. (2020). Analisis nilai perusahaan dengan model rasio Tobin's Q. JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara, 4(1), 46–55.

Dzikir, A. N., Syahnur, & Tenriwaru. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2018). AJAR, 3(2), 219–235.

Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). Pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Jurnal Investasi, 12(1), 1–19.

Forum for Corporate Governance in Indonesia. (2017). About good corporate governance. https://fcgi.or.id/corporategovernance/about-good-corporate-governance.html

Hermawan, D., & Dewi, S. P. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan moderasi corporate social responsibility. Jurnal Multiparadigma Akuntansi, 5, 1222–1232.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305–360. https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X

Kopp, C. M. (2023). Agency theory: Definition, examples of relationships, and disputes. Investopedia. https://www.investopedia.com/terms/a/agencytheory.asp

Melani, S., & Wahidahwati. (2017). Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 6(10), 1–24.

Nurapiah, N., & Qosim, N. (2020). Pengaruh struktur modal, net profit margin, return on asset, dan return on equity terhadap nilai perusahaan pada sektor industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ekonomi Trend, 8(1), 35–40. https://doi.org/10.31970/trend.v8i1.184

Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi (Studi empiris perusahaan perbankan BUMN go public yang terdaftar di BEI periode tahun 2011–2018). SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara, 1(1), 29–40.

Rahmawati, A., Roekhudin, & Prastiwi, A. (2021). Effect of good corporate governance and corporate social responsibility on firm value moderated by profitability. International Journal of Research in Business and Social Science, 10(4), 59–66.

Rinofah, R., Kusumawardani, R., & Putri, P. N. (2023). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2019). Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 12(1), 40–52.

Rohendi, H., Ghozali, I., & Ratmono, D. (2024). Environmental, social, and governance (ESG) disclosure and firm value: The role of competitive advantage as a mediator. Cogent Business & Management, 11(1), Article 2297446. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2297446

Saragih, A. E., & Tampubolon, H. (2023). Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit terhadap nilai perusahaan pada perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Minfo Polgan, 12(1), 1085–1095. https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12584

Sari, D. D. P., & Gumanti, T. A. (2025). Profitability, corporate governance, corporate social responsibility, and firm value. International Journal of Economics, Accounting and Management, 2(3). https://doi.org/10.60076/ijeam.v2i3.1493

Siska, & Handayani, S. (2023). Pengaruh CSR, GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi di industri sektor properti dan real estate BEI 2019–2021. JAFCA: Journal Advanced Center for Finance and Accounting, 3(2), 25–56.

Spence, M. (1973). Job market signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355–374. https://doi.org/10.2307/1882010

Suharto, G. N., Gama, A. W., & Astiti, N. P. (2022). Pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017–2019). Jurnal EMAS, 3(9), 1–14.

Sumarlan, A., & Fauziah, N. F. (2024). Pengaruh corporate social responsibility disclosure, nilai saham dan laba terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI). Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Teknologi Informasi Akuntansi, 5(2). https://doi.org/10.36085/jakta.v5i2.6586

Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 1(1), 109–117.

Wijaya, H., Tania, D. R., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Jurnal Bina Akuntansi, 8(2), 109–121.