

PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN, *CORPORATE GOVERNANCE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Ananda Putra Ardiansah^{1*}, Samsul Rosadi²

^{1,2} Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

*E-mail: anandaputraardiansah1607@gmail.com

Submitted: 27 December 2024	Accepted: 22 February 2025	Published: 24 February 2025
-----------------------------	----------------------------	-----------------------------

ABSTRAK

Pada era digital yang serba cepat, penyebaran informasi melalui internet dan media sosial memiliki dampak yang luas terhadap masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kinerja lingkungan, tata kelola perusahaan (*corporate governance*), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020. Dari populasi tersebut, dipilih 23 perusahaan sebagai sampel berdasarkan kriteria yang ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan data panel untuk menganalisis hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR dan nilai perusahaan. Ini menandakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas lebih tinggi cenderung lebih mampu menjalankan program CSR dengan kualitas yang lebih baik. Di sisi lain, kinerja lingkungan dan tata kelola perusahaan tidak terbukti memengaruhi nilai perusahaan melalui CSR sebagai variabel mediasi. Temuan ini menyiratkan bahwa meskipun CSR dapat berkontribusi terhadap reputasi perusahaan, faktor-faktor keuangan seperti profitabilitas lebih dominan dalam menentukan nilai perusahaan di pasar. Dengan demikian, perusahaan perlu lebih memperhatikan aspek finansial selain upaya CSR untuk meningkatkan daya tariknya di mata investor.

Kata kunci: *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas*

ABSTRACT

In the fast-paced digital era, the spread of information via the Internet and social media has had a broad impact on society. This study examines the effects of environmental performance, corporate governance, and profitability on firm value, with Corporate Social Responsibility (CSR) as a mediating variable. This study focuses on mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2016-2020. From this population, 23 companies were selected as samples based on established criteria. Multiple linear regression with panel data was used to analyze the relationships between the variables. The results show that profitability significantly affects CSR and firm value. This indicates that companies with higher profitability tend to be better able to run CSR programs of better quality. However, environmental performance and corporate governance have not been shown to affect firm value using CSR as a mediating variable. This finding implies that although CSR can contribute to a company's reputation, financial factors, such as profitability, are more dominant in determining a company's value in the market. Thus, companies need to pay more attention to financial aspects in addition to CSR efforts to increase their attractiveness in the eyes of investors.

Keywords: *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Environmental Performance, Company Value, Profitability*

PENDAHULUAN

Transformasi di era digital telah memberikan pengaruh signifikan pada komunitas global. Penyebaran informasi kini dapat diakses secara luas melalui media internet dan *platform* jejaring sosial. Kemudahan akses digital ini membuka wawasan masyarakat terhadap berbagai bidang, seperti politik, sosial, lingkungan, dan ekonomi. Kondisi tersebut menciptakan tantangan strategis bagi para pemangku kepentingan ekonomi, terutama korporasi, dalam mengoptimalkan peluang yang muncul di tengah situasi tersebut (Mua & Heatubun, 2024). Menurut Urip (2014) dalam (Sutopo et al., 2018) Saat ini, perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk menerapkan prinsip penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*) bertujuan untuk memperkuat kemampuan bersaing perusahaan di pasar. Perusahaan dengan tingkat daya saing yang tinggi umumnya lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen. Dalam konteks ini, konsumen masa kini semakin teliti dalam menilai kualitas produk, mencakup bahan baku yang digunakan, proses produksi, hingga dampak yang mungkin ditimbulkan oleh keberadaan produk tersebut.

Berbagai strategi diimplementasikan oleh perusahaan untuk menarik perhatian serta memperoleh penilaian positif dari konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Dukungan para *stakeholders* memiliki peran krusial dalam upaya peningkatan nilai perusahaan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan bisnis secara *sustainable*. Untuk mempertahankan eksistensinya, perusahaan harus merumuskan tujuan yang spesifik dan terarah, seperti memaksimalkan keuntungan, meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham, serta mendorong peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dari pergerakan harga saham (Handoyo et al., 2023).

Pergerakan IHSG dapat diketahui masih sangat fluktuatif setiap tahun. Sebagian perusahaan dinilai memiliki prospek yang kurang menjanjikan oleh investor karena pergerakannya dianggap tidak signifikan. Hal ini menjadi faktor pertimbangan utama bagi calon investor sebelum memutuskan untuk menanamkan modal, atau bagi investor yang telah berinvestasi, mereka akan mengevaluasi kembali keputusan untuk melanjutkan investasi. Oleh karena itu, menjaga atau meningkatkan nilai perusahaan melalui kenaikan harga saham merupakan hal yang sangat vital, meskipun hal ini menjadi tantangan besar yang sulit dicapai oleh perusahaan (Wahidahwati & Ardini, 2021).

Nilai suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik finansial maupun nonfinansial. Dari perspektif finansial, profitabilitas menjadi salah satu indikator penting yang digunakan investor untuk menilai kinerja perusahaan, biasanya diukur melalui rasio profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan pendapatan penjualan, total aset, dan ekuitas pemegang saham (Mahavira & Puspawati, 2022). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung dipandang oleh investor sebagai entitas yang memiliki potensi kelangsungan usaha yang baik dan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan secara konsisten, meningkatkan daya tarik perusahaan, dan meningkatkan harga saham dalam jangka panjang. Berbagai studi menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh (Bagaskara et al., 2021) profitabilitas tidak selalu memiliki dampak langsung terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh pandangan investor yang cenderung beranggapan bahwa peningkatan keuntungan perusahaan sering kali diikuti oleh kebutuhan akan tambahan modal untuk mendukung kegiatan operasional, ekspansi, atau investasi lebih lanjut. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Atiningsih & Izzaty, 2021) dan (Mahavira & Puspawati, 2022) menunjukkan adanya pengaruh positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Selain faktor finansial, faktor nonfinansial seperti tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja lingkungan perusahaan juga berperan penting dalam memengaruhi nilai perusahaan. CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, sedangkan kinerja lingkungan menunjukkan upaya perusahaan dalam menjaga

kelestarian alam dan beradaptasi dengan tuntutan keberlanjutan. Kedua faktor tersebut tidak hanya berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan, tetapi juga mampu menarik minat investor yang semakin memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan investasi mereka. Perusahaan sebagai entitas bisnis memiliki kewajiban moral dan legal untuk memenuhi ekspektasi berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, investor, dan masyarakat. Melalui penerapan CSR dan upaya berkelanjutan dalam menjaga lingkungan, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, namun juga memperkuat reputasi serta keberlangsungan bisnisnya (Wahidahwati & Ardini, 2021).

Berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74, perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kebijakan ini dirancang untuk memastikan bahwa aktivitas perusahaan tidak merugikan masyarakat dan lingkungan, serta memberikan manfaat jangka panjang bagi kedua belah pihak, sekaligus meningkatkan kinerja perusahaan dalam aspek keberlanjutan. Bentuk tanggung jawab ini dapat mencakup pengelolaan dampak seperti pencemaran akibat proses produksi. Kegagalan dalam mengelola dampak tersebut sering kali memunculkan tuntutan dari masyarakat yang terpengaruh oleh aktivitas perusahaan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan sering dianggap sebagai salah satu pihak yang memberikan kontribusi besar terhadap masalah lingkungan (Wahidahwati & Ardini, 2021).

Memasukkan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnis dapat memberikan keuntungan yang positif bagi perusahaan. Secara umum, investor cenderung merespons secara positif perusahaan yang menunjukkan dedikasi terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Hal ini tidak hanya memperkuat citra perusahaan tetapi juga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan, karena mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang mempraktikkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan baik sering kali dipandang lebih kompeten dan bertanggung jawab, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik investor (Esen, 2013). Bagi perusahaan yang sahamnya diperdagangkan secara publik, nilai perusahaan biasanya tercermin pada harga saham yang terdaftar di bursa efek (Mahavira & Puspawati, 2022).

Menurut Marthin et al., (2018), penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih menjadi perdebatan terkait dampaknya terhadap nilai perusahaan, apakah dapat meningkatkan, merusak, atau bahkan tidak memberikan pengaruh sama sekali. Namun, bukti empiris menunjukkan bahwa penerapan CSR dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat profitabilitas dan kualitas tata kelola perusahaan (*corporate governance*). Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan CSR dalam mendorong peningkatan nilai perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya serta memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), yang selanjutnya diintegrasikan secara strategis ke dalam operasional bisnis.

Berbagai penelitian terdahulu mengungkapkan temuan yang beragam terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Mahavira & Puspawati, 2022) dan (Sutopo et al., 2018) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian (Sugiyanto & Trisnawati, 2021) dan (Kamilah, 2020) mengindikasikan adanya hubungan positif antara penerapan CSR dan peningkatan nilai perusahaan. Temuan yang bervariasi ini mencerminkan perbedaan dalam konteks penelitian, jenis industri, serta pendekatan yang digunakan untuk mengukur CSR dan nilai perusahaan.

Perusahaan yang konsisten menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) idealnya mengintegrasikan konsep *triple bottom line*, yang meliputi tiga pilar utama: manusia (dimensi sosial), planet (dimensi lingkungan), dan keuntungan (dimensi ekonomi). Prinsip ini menekankan bahwa aspek keuangan saja tidak cukup untuk menjamin pertumbuhan nilai perusahaan yang

berkelanjutan. Keberlanjutan bisnis akan lebih terjamin ketika perusahaan mampu menjaga keseimbangan antara tanggung jawab sosial, perlindungan lingkungan, dan profitabilitas. Dengan mengintegrasikan CSR ke dalam operasional bisnis, perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan keuangan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, yang pada gilirannya menciptakan nilai jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan (Puteri et al., 2018).

Sejak tahun 2018, harga saham PT. Timah Tbk. mengalami fluktuasi yang signifikan. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia, harga saham tercatat sebesar 1.550,00 pada Februari 2019, kemudian mengalami penurunan hingga mencapai titik terendah di posisi 380,00 pada 20 Maret 2020. Setelahnya, harga saham kembali mengalami kenaikan signifikan hingga mencapai 2.340,00. Selain itu, kinerja lingkungan perusahaan menunjukkan peningkatan yang tercermin dari peringkat PROPER yang diterima. Pada tahun 2018, PT. Timah Tbk. memperoleh peringkat biru, yang kemudian meningkat menjadi peringkat hijau pada tahun 2019 dan 2020.

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi mengenai hubungan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Setyoningsih, (2014), (Surya et al., 2023) dan Maesaroh et al., (2022) Menunjukkan adanya dampak positif antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti lainnya menunjukkan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Handayani, 2019), (Rinsman & Prasetyo, 2020) dan (Deswanto & Siregar, 2018).

Menurut Kamilah (2020) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh beragam faktor, salah satunya adalah tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) Tata kelola perusahaan mencakup sistem pengawasan dan pengendalian yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan tercapai secara efektif tanpa mengabaikan kepentingan para pemangku kepentingan. Tata kelola yang diterapkan secara baik akan berdampak pada peningkatan efektivitas pengelolaan manajemen serta pengambilan keputusan, termasuk keputusan mengenai pengungkapan CSR. Perusahaan yang menerapkan tata kelola yang baik umumnya mampu menjalin hubungan harmonis dan saling mendukung dengan para pemangku kepentingan. Ini berkontribusi pada peningkatan transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sebagai akibatnya, perusahaan dapat membangun citra yang baik dan mendapatkan kepercayaan dari publik, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Corporate governance mencakup mekanisme pengawasan yang melibatkan dewan komisaris independen dan komite audit. Pengawasan yang efektif memungkinkan tersusunnya kebijakan strategis yang tidak hanya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Salah satu hasil dari implementasi *corporate governance* adalah kebijakan terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan adanya pengawasan dari dewan komisaris independen dan komite audit, diharapkan perusahaan dapat memperkuat komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan *corporate governance* yang optimal, disertai dengan implementasi CSR, dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus membangun persepsi positif di kalangan para stakeholders. Upaya ini pada akhirnya turut meningkatkan nilai perusahaan, karena transparansi yang baik dan komitmen tinggi terhadap tanggung jawab sosial cenderung menarik minat para pemangku kepentingan. Hal tersebut berpotensi memperkuat hubungan dengan pelanggan, investor, dan pihak terkait lainnya (Wahidahwati & Ardini, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Zulhaimi, 2017) dan Tamrin et al. (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif antara *corporate governance* dengan nilai perusahaan. Namun, penelitian oleh (Purbopangestu & Subowo, 2014) menemukan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara *corporate governance* yang diwakili oleh komite audit terhadap nilai perusahaan. menurut (Guna & Herawaty, 2010) dalam (Purbopangestu & Subowo, 2014)

Ketidakmampuan komite audit dalam mengawasi proses penyusunan laporan keuangan dapat mengakibatkan menurunnya kualitas laporan keuangan. Kualitas laporan yang buruk dapat memunculkan persepsi negatif di kalangan *stakeholders*, yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan pentingnya pengawasan yang efektif dari komite audit untuk memastikan kualitas laporan keuangan dan menjaga reputasi serta kepercayaan *stakeholders* terhadap perusahaan.

Dengan mengacu pada uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? Apakah *Corporate Governance* memengaruhi nilai perusahaan? Bagaimana dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan? Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi nilai perusahaan? Bagaimana kinerja lingkungan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening? Bagaimana *Corporate Governance* memengaruhi nilai perusahaan melalui peran mediasi *Corporate Social Responsibility*? Dan terakhir, bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi kinerja lingkungan, tata kelola perusahaan, dan profitabilitas terhadap peningkatan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertindak sebagai variabel mediasi. Adapun pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sebagai berikut:

Nilai perusahaan memiliki peranan penting, karena meningkatnya nilai perusahaan akan berkontribusi pada kesejahteraan pemegang saham, terutama melalui apresiasi harga saham (Putri & Puspitasari, 2022). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *price to book value* (PBV).

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}} \times 100\%$$

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Nilai buku Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

Kinerja lingkungan terkait dengan Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit. Dewan Komisaris Independen terdiri dari anggota yang berperan dalam mengawasi dan memberikan nasihat secara objektif terhadap kebijakan serta keputusan manajemen perusahaan (Pramudityo & Sofie, 2023). Variabel ini dihitung dengan mengukur rasio jumlah anggota dewan komisaris independen.

$$= \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Total dewan komisaris}} \times 100\%$$

Komite audit merupakan kelompok yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk mengawasi keberlanjutan organisasi dan memaksimalkan kinerja perusahaan secara efisien dan efektif, terutama dalam hal pelaporan keuangan (Pramudityo & Sofie, 2023). Komite audit diukur dengan:

$$\text{Proporsi Komite Audit} = \frac{\text{Total komite audit}}{\text{Total Dewan Komisaris}}$$

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang tercermin dari rasio ROA, sangat penting karena tidak hanya meningkatkan nilai perusahaan tetapi juga memperkuat kepercayaan investor. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya secara efektif dan efisien (Komalasari & Yulazri, 2023).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang meliputi dua dimensi utama: internal dan eksternal. Tanggung jawab internal berfokus pada pemegang

saham dan karyawan, dengan tujuan meningkatkan profitabilitas serta kemajuan perusahaan. Sementara itu, tanggung jawab eksternal mencakup peran perusahaan dalam membayar pajak, menyediakan lapangan kerja, serta kontribusinya dalam meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat (Siregar & Miraza, 2022). *Corporate Social Responsibility* diukur dengan:

$$CSR = \frac{V}{M}$$

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2020. Sampel penelitian yang berjumlah 47 perusahaan diambil dari populasi tersebut untuk dianalisis menggunakan metode kuantitatif berdasarkan data sekunder.

Sampel penelitian ini terdiri dari 23 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria inklusi tertentu dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020. Sampel penelitian dipilih secara purposive berdasarkan kriteria spesifik (Sugiyono, 2019). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Studi ini berfokus pada perusahaan pertambangan yang memiliki peringkat PROPER selama periode penelitian (2016-2020). Perusahaan-perusahaan ini dipilih karena secara otomatis telah memenuhi persyaratan pengungkapan CSR, mengingat kinerja lingkungan yang baik adalah komponen utama dari praktik CSR.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Pemilihan Struktural 1

Tabel 1. Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.526958 81.26468	(21,67)	0.0000
Cross-section Chi-square	3	21	0.0000

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 2. Uji Hausmant

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	9.250814	3	0.0261

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji Chow dan uji Hausman, model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM) karena nilai signifikansi yang diperoleh < 0.05. Berikut adalah hasil pengujian menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM):

Regresi Data Panel Struktural 1

Tabel 3. *Fixed Effect Model* (FEM)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.137767	0.763192	-2.801086	0.0067
Kinerja Lingkungan	0.159370	0.169050	0.942742	0.3492
<i>Corporate Governance</i>	0.109615	0.409178	0.267890	0.7896
Profitabilitas	0.040781	0.045613	3.845022	0.0002
R-squared	0.615505			
Adjusted R-squared	0.477776			
F-statistic	4.468945			
Prob(F-statistic)	0.000001			

Sumber : Data diolah peneliti

Koefisien Determinasi (R^2) dan uji F

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, nilai adjusted R Square (R^2) menunjukkan nilai 0.477776 yang menyatakan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 47,76% yang artinya 52,24% dipengaruhi variabel lain. Uji F berdasarkan penelitian yang dilakukan memperoleh nilai prob(F-Statistic) 0.000001. Implementasi dari hal tersebut bahwa nilai dari prob(F-Statistic) < 0.05 yang artinya secara simultan Kinerja Lingkungan, *Corporate Governance*, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Regresi Data Panel Struktural 2

Tabel 4. Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.924358 37.77489	(18,61)	0.0303
Cross-section Chi-square	0	18	0.0041

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 5. Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.593013	4	0.8100

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 6. Uji Langerage Multiple

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	5.417070 (0.0199)	0.118081 (0.7311)	5.535151 (0.0186)
Honda	2.327460 (0.0100)	0.343629 (0.3656)	1.888745 (0.0295)
King-Wu	2.327460 (0.0100)	0.343629 (0.3656)	1.322667 (0.0930)
Standardized Honda	2.960703 (0.0015)	0.730215 (0.2326)	-1.279550 (0.8996)
Standardized King-Wu	2.960703 (0.0015)	0.730215 (0.2326)	-1.309816 (0.9049)
Gourieroux, et al.*	--	--	5.535151 (0.0250)

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan uji Chow, uji Hausman dan uji Langerage Multiple, model yang terpilih adalah *Random Effect Model (REM)* karena hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi < 0.05. Berikut hasil dari pengujian *Random Effect Model (REM)*:

Tabel 7. *Random Effect Model (REM)*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.768208	0.968275	0.793378	0.4299
Kinerja Lingkungan	0.100212	0.191302	2.716210	0.0079
<i>Corporate Governance</i>	-0.719399	0.503459	-1.428911	0.1570
Profitabilitas	0.067678	0.070564	-9.602265	0.0000
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.026240	0.129628	0.202423	0.8401

R-squared	0.044978
Adjusted R-squared	0.503378
F-statistic	0.044978
Prob(F-statistic)	-0.003378
R-squared	0.044978
Adjusted R-squared	0.003378

Sumber : Data diolah peneliti

Koefisien Determinasi (R^2) dan uji F

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, nilai adjusted R Square (R^2) menunjukkan nilai 0.503378 yang menyatakan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 47,76% yang artinya 50,33% dipengaruhi variabel lain. Uji F berdasarkan penelitian yang dilakukan memperoleh nilai prob(F-Statistic) 0.003378. Implementasi dari hal tersebut bahwa nilai dari prob(F-Statistic) < 0.05 yang artinya secara simultan Kinerja Lingkungan, *Corporate Governance*, Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Uji Sobel

Tabel 8. Uji Sobel

	t hitung	t tabel
Kinerja Lingkungan	0,481	1,98
<i>Corporate Governance</i>	0,241	1,98
Profitabilitas	0,015	1,98

Sumber : Data diolah peneliti

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Temuan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis pertama ditolak atau tidak berpengaruh antara variabel kinerja lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan sig. 0.3492 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak dipengaruhi kinerja lingkungan.

Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena perusahaan cenderung lebih fokus pada aspek sosial yang lebih mudah diimplementasikan dan dipromosikan, seperti pemberdayaan masyarakat atau filantropi, dibandingkan aspek lingkungan. Menurut Teori Legitimasi, perusahaan berupaya untuk memenuhi harapan masyarakat agar tetap dianggap sah secara sosial. Aktivitas sosial yang memberikan hasil cepat dan dapat meningkatkan citra perusahaan dalam waktu singkat sering dijadikan prioritas dibandingkan program lingkungan seperti pengelolaan limbah atau pengurangan emisi yang memerlukan investasi besar, waktu yang panjang, serta indikator teknis yang sulit diukur dan dibandingkan secara objektif. Standar pengukuran Kinerja Lingkungan yang berbeda-beda di setiap industri juga menambah tantangan, sehingga perusahaan lebih memilih aktivitas sosial sebagai bentuk strategi untuk membangun legitimasi di mata publik. Hal ini sejalan dengan penelitian (Tino & Sudana, 2025).

Pengaruh *Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

Temuan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis kedua ditolak atau tidak berpengaruh antara variabel *Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan sig. 0.7896 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak dipengaruhi *Corporate Governance*.

Corporate Governance tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena hubungan antara keduanya bersifat kompleks dan multidimensi, yang mencakup berbagai aspek seperti struktur kepemilikan, komposisi dewan direksi, hingga transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Menurut *Stakeholder Theory*, setiap elemen *Corporate Governance* dapat memengaruhi pelaksanaan CSR secara berbeda berdasarkan kepentingan pemangku kepentingan yang terlibat. Misalnya, dewan direksi yang independen mungkin lebih mendorong CSR untuk meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan pemangku kepentingan eksternal, sementara pemegang saham mayoritas cenderung memprioritaskan keuntungan jangka pendek. Kompleksitas ini diperburuk oleh pengaruh faktor lain seperti regulasi, tekanan dari berbagai pihak, dan budaya organisasi. Akibatnya, meskipun tata kelola yang baik berpotensi mendukung CSR, dampaknya sering kali tidak terlihat langsung atau konsisten di berbagai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian penelitian (Hilmi et al., 2021).

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *corporate social responsibility*. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan $\text{sig. } 0.0002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dipengaruhi profitabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas perusahaan (ROA) dengan tingkat penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan dengan ROA yang tinggi cenderung memiliki kapasitas finansial yang lebih besar untuk melaksanakan berbagai inisiatif CSR. Hal ini sejalan dengan *Resource-Based View (RBV)*, yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan didasarkan pada kemampuannya dalam mengalokasikan sumber daya yang bernilai, langka, dan sulit ditiru. Dalam konteks ini, ROA yang tinggi mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan keuntungan, yang kemudian dapat digunakan untuk mendukung program CSR, seperti pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, atau kegiatan filantropi. Lebih lanjut, perusahaan yang memiliki kinerja keuangan baik biasanya lebih proaktif dalam menggunakan CSR sebagai strategi untuk memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan reputasi, serta memenuhi ekspektasi sosial dan regulasi. Dengan demikian, ROA tidak hanya menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, tetapi juga menjadi faktor pendukung utama dalam keberhasilan penerapan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Tino & Sudana, 2025).

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis keempat diterima atau berpengaruh antara variabel kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan $\text{sig. } 0.0079 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi kinerja lingkungan.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi karena kepercayaan investor dan pemangku kepentingan yang lebih besar terhadap keberlanjutan bisnis perusahaan. Perspektif ini dapat dijelaskan melalui Teori Stakeholder, yang menekankan pentingnya perusahaan dalam memenuhi harapan para pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan komunitas yang lebih luas. Perusahaan yang berkomitmen terhadap keberlanjutan lingkungan melalui pengurangan emisi, pengelolaan limbah, atau efisiensi energi sering kali dianggap lebih bertanggung jawab secara sosial dan memiliki risiko yang lebih rendah di masa depan. Kondisi ini menarik perhatian investor yang mencari peluang investasi dengan dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat. Selain itu, reputasi positif yang tercipta dari kinerja lingkungan yang baik dapat

memperkuat hubungan dengan konsumen dan memberikan keunggulan kompetitif. Akhirnya, hal ini berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan (Dwi Wardani & Sa'adah, 2020).

Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *corporate governance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan $\text{sig. } 0.1570 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi *corporate governance*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara tata kelola perusahaan (CG) dan nilai perusahaan tidak konsisten. Pengaruh CG terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui *Institutional Theory*, yang menyatakan bahwa konteks kelembagaan, seperti regulasi dan norma industri, memengaruhi bagaimana CG diterapkan dan dampaknya terhadap perusahaan. Dalam sektor perbankan, yang sangat diatur, tata kelola yang baik berperan penting dalam membangun kepercayaan investor dan pemangku kepentingan, sehingga pengaruhnya terhadap nilai perusahaan lebih nyata. Sebaliknya, di sektor lain yang kurang diatur atau tidak terlalu bergantung pada kepercayaan publik, dampak CG terhadap nilai perusahaan cenderung lebih tidak langsung dan sulit diukur. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas CG dalam meningkatkan nilai perusahaan bersifat kontekstual, tergantung pada karakteristik unik masing-masing industri. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Firmansyah et al., 2020).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Temuan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis keenam diterima atau berpegaruh antara variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan $\text{sig. } 0.0000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi profitabilitas.

Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh signifikan terhadap valuasi perusahaan. Perspektif ini dapat dijelaskan melalui *Resource-Based View (RBV)*, yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan berasal dari kemampuan mengelola sumber daya yang dimiliki secara efisien dan produktif. ROA yang tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba optimal, yang meningkatkan daya tarik investasi. Investor sering kali menilai perusahaan dengan ROA tinggi sebagai entitas yang mampu memaksimalkan potensi sumber daya untuk menciptakan pertumbuhan dan stabilitas keuangan yang berkelanjutan. Akibatnya, persepsi positif ini dapat mendorong kenaikan harga saham dan kapitalisasi pasar, yang menjadi tolak ukur utama nilai perusahaan. Lebih jauh, kinerja ROA yang kuat juga menunjukkan manajemen yang kompeten dan andal, sehingga memperkuat kepercayaan investor dan pemangku kepentingan dalam mendukung perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Temuan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis ketujuh ditolak atau tidak berpegaruh antara variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan membandingkan $\text{sig. } 0.5770 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi *corporate social responsibility*.

CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan karena dampaknya terhadap nilai perusahaan sulit diukur secara akurat dan komprehensif. Perspektif ini dapat dijelaskan melalui *Signaling Theory*, yang menyatakan bahwa program CSR hanya efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan jika berhasil mengirimkan sinyal yang kuat dan dipercaya kepada investor tentang komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial. Namun, karena tidak adanya standar universal yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja CSR secara objektif,

sinyal yang dikirimkan oleh CSR sering kali tidak cukup jelas untuk mempengaruhi persepsi investor secara konsisten. Hal ini kontras dengan kinerja keuangan, seperti laba atau ROA, yang memiliki indikator yang lebih konkret dan dapat langsung digunakan oleh investor untuk menilai nilai perusahaan. Keberhasilan CSR sering kali lebih terlihat dalam jangka panjang, sementara investor cenderung lebih fokus pada metrik yang memberikan gambaran langsung tentang prospek finansial perusahaan. Akibatnya, dampak CSR terhadap nilai perusahaan cenderung bersifat tidak langsung dan sulit terkuantifikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Utama & Trisnawati, 2021).

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian menghasilkan bahwa hipotesis kedelapan ditolak. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan membandingkan t hitung ($0,481$) < t table ($1,98$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara kinerja lingkungan dan nilai perusahaan ketika dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR). Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Agency Theory*, yang menjelaskan adanya konflik kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dan manajer perusahaan (*agent*). Meskipun kinerja lingkungan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, sering kali manajer lebih memilih untuk memfokuskan CSR pada aspek sosial atau filantropi karena dampaknya lebih cepat terlihat dan mudah diukur, dibandingkan dengan pengaruh jangka panjang dari inisiatif lingkungan. Selain itu, investor biasanya lebih memperhatikan indikator keuangan langsung atau prospek pertumbuhan perusahaan, yang berdampak lebih langsung terhadap nilai perusahaan, daripada faktor lingkungan yang lebih sulit terukur. CSR yang tidak sepenuhnya mendukung kinerja lingkungan, bersamaan dengan kecenderungan pasar yang lebih terfokus pada hasil finansial jangka pendek, menjadikan peran CSR dalam memediasi hubungan kinerja lingkungan dan nilai perusahaan kurang signifikan..

Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian menghasilkan bahwa hipotesis kesembilan ditolak. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan membandingkan t hitung ($0,241$) < t table ($1,98$).

Analisis empiris menunjukkan bahwa pengaruh tata kelola perusahaan (CG) terhadap nilai perusahaan melalui mekanisme *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak bersifat linier. Hal ini sejalan dengan *Contingency Theory*, yang mengemukakan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual, seperti karakteristik industri, tekanan eksternal, dan strategi perusahaan. Meskipun tata kelola yang baik mendorong transparansi dan akuntabilitas, pengaruhnya terhadap implementasi CSR sering kali tidak linier, karena CSR tidak selalu dilakukan dengan tujuan yang kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan, melainkan lebih sebagai respon terhadap regulasi atau tekanan sosial. Selain itu, investor cenderung lebih fokus pada kinerja keuangan atau prospek pertumbuhan perusahaan, yang memiliki dampak langsung terhadap nilai perusahaan, daripada CSR yang efeknya lebih bersifat jangka panjang dan tidak selalu terlihat langsung. Oleh karena itu, meskipun tata kelola yang baik menciptakan kondisi yang mendukung pelaksanaan CSR, pengaruhnya terhadap nilai perusahaan melalui CSR tidak selalu signifikan, mencerminkan ketidakaturan dalam pengaruh CG terhadap CSR dalam berbagai konteks.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan hasil penelitian menghasilkan bahwa hipotesis kesembilan ditolak. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan membandingkan t hitung ($0,241$) < t table ($1,98$).

Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel mediasi karena pelaksanaan CSR tidak selalu bergantung pada tingkat profitabilitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan *Slack Resources Theory*, yang berpendapat bahwa meskipun perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki kapasitas finansial untuk mendukung program CSR, dampaknya terhadap nilai perusahaan sering kali bersifat tidak langsung dan memerlukan waktu untuk terwujud. CSR umumnya dilakukan untuk memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan atau sebagai strategi meningkatkan reputasi, namun tidak selalu dengan tujuan utama untuk meningkatkan nilai perusahaan secara langsung. Di sisi lain, investor lebih fokus pada indikator keuangan yang lebih konkret, seperti laba atau prospek pertumbuhan, yang memberikan gambaran jelas tentang kondisi finansial perusahaan. Karena CSR cenderung memiliki dampak yang lebih bersifat jangka panjang dan kurang terlihat langsung, hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa CSR tidak dapat sepenuhnya memediasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan. Sebaliknya, kinerja lingkungan dan *corporate governance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap CSR maupun nilai perusahaan. Selain itu, CSR tidak terbukti memiliki peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kinerja lingkungan, *corporate governance*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atiningsih, S., & Izzaty, K. N. (2021). The Effect Firm Size on Company Value With Profitability As Intervening Variable and Dividend Policy As Moderating Variable. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4).
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Deswanto, R. B., & Siregar, S. V. (2018). The Association Between Environment Disclosures with Financial Performance, Environmental Performance, dan Firm Value. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 180–193. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2017-0005>
- Dwi Wardani, D., & Sa'adah, L. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *AKTIVA Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 5(1), 15–28.
- Esen, E. (2013). The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities on Building Corporate Reputation. In M. Alejandra Gonzalez-perez & L. Leonard (Eds.), *Advances in Sustainability and Environmental Justice* (Vol. 11, pp. 133–150). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S2051-5030\(2013\)0000011010](https://doi.org/10.1108/S2051-5030(2013)0000011010)
- Firmansyah, A., Setiawan, T. A., & Fathurahman, F. (2020). Nilai Perusahaan: Kebijakan Utang, Good Corporate Governance, Cash Holding. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 20(2), 237. <https://doi.org/10.20961/jab.v20i2.568>
- Guna, W. I., & Herawaty, A. (2010). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(1), 53–68. <https://doi.org/10.34208/jba.v12i1.162>

- Handayani, R. S. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018). *JAM Jurnal Analisis Manajemen*, 5(1).
- Handoyo, S., Suharman, H., Ghani, E. K., & Soedarsono, S. (2023). A Business Strategy, Operational Efficiency, Ownership Structure, and Manufacturing Performance: The Moderating Role of Market Uncertainty and Competition Intensity and Its Implication On Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100039. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100039>
- Hilmi, A. H., Marota, R., & Widyowati, M. P. (2021). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JATAMA: Jurnal Akuntansi Pratama*, 4(2), 1–18.
- Komalasari, D. N., & Yulazri, Y. (2023). Pengaruh Pengungkapan Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 470–479. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.670>
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIaku)*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509>
- Maesaroh, Hanifah, I. A., & Ismawati, I. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(2).
- Mahavira, R. P. I., & Puspawati, D. (2022). The Effect of Environmental Performance and Corporate Social Responsibility (CSR) on Company Value with Profitability as an Intervening Variable. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 655(Icoebs), 178–185. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.023>
- Marthin, Salinding, M. B., & Akim, I. (2018). Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. *Journal of Private and Commercial Law*, 1(1), 111–132. <https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>
- Mua, M. M., & Heatubun, A. (2024). Transformasi Sosial di Era Digital dan Implikasinya pada Masyarakat Zaman Now (Suatu Kajian Dalam Perspektif Sosiologi Digital). *ECCE: Jurnal Pendidikan Pastoral Kateketik*, 2(1), 48–64. <https://doi.org/10.59975/ecce.v2i1.28>
- Pramudityo, W. A. & Sofie. (2023). Pengaruh Komite Audit, Dewan Komisaris Independen, Dewan Direksi Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3873–3880. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18026>
- Pratiwi, M. W., & Setyoningsih, S. (2014). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Media Riset Akuntansi*, 4(2).
- Purbopangestu, H. W. & Subowo. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.15294/aa.v3i3.4202>
- Putri, T. C., & Puspitasari, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 255–272. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1437>

- Rinsman, T. C. S., & Prasetyo, A. B. (2020). The Effects of Financial and Environmental Performances on Firm Value with Environmental Disclosure as an Intervening Variable. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 12(2), 90–99. <https://doi.org/10.15294/jda.v12i2.24003>
- Sugiyanto, E., & Trisnawati, R. (2021). Corporate Social Responsibility and Firm Value with Profitability, Firm Size, Managerial Ownership, and Board of Commissioners as Moderating Variables. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Surya, S. A., Yuniarti, R., & Pedi, R. (2023). Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 10(2), 35–46. <https://doi.org/10.55963/jraa.v10i2.536>
- Sutopo, B., Kot, S., Adiati, A. K., & Ardila, L. N. (2018). Sustainability Reporting and value relevance of financial statements. *Sustainability (Switzerland)*, 10(3), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su10030678>
- Tino, I. W. R., & Sudana, I. P. (2025). Peran Corporate Social Responsibility Memediasi Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan yang Terdaftar di Bei. *Gema Wisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(1), 17–32.
- Utama, A. A., & Trisnawati, R. (2021). The Effect of Corporate Social Responsibility, Investment Decision, Capital Structure, Deviden Policy, and Profitability on Firm Value. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(3), 1–12.
- Wahidahwati, W., & Ardini, L. (2021). Corporate Governance and Environmental Performance: How They Affect Firm Value. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 953–962. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0953>
- Wulandari, S., & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1477–1488.