



Nilai Perusahaan dari Sudut Corporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Kepemilikan Dengan Dukungan Profitabilitas

Valencia Angelica

valencia.angelica1612@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nera Marinda Machdar

nmachdar@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Korespondensi penulis: valencia.angelica1612@gmail.com

Abstrak. *Businesses are evaluated based on various criteria, including managerial ownership, institutional ownership and social responsibility. One of the fundamental goals of a business is to increase its value. An investor's assessment of a company's success is known as its value, which many attribute to its current stock price. The purpose of this study is to ascertain and examine how corporate social responsibility, managerial ownership, and institutional ownership affect firm value. This study will look at profitability being a moderating factor that can enhance the relationship between these variables and firm value. This research method utilizes quantitative data and causal associative research. All banking companies available on the IDX between 2019-2023 as the subject of this study. With predetermined requirements, using purposive sampling techniques. Multiple regression analysis and moderation regression analysis are the approaches used to conduct the analysis. The study results show that corporate social responsibility and ownership structure have a positive effect on firm value and profitability strengthens the effect of corporate social responsibility and ownership structure on firm value. According to this study, organizations should prioritize institutional ownership, management ownership, and corporate social responsibility as these are able to influence stock prices and increase firm value.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Firm Value, Profitability, Managerial Ownership, Institutional Ownership.*

Abstrak. *Bisnis dievaluasi berdasarkan berbagai kriteria, termasuk kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan tanggung jawab sosial. Salah satu tujuan mendasar bisnis adalah meningkatkan nilainya. Penilaian investor pada kesuksesan perusahaan dikenal sebagai nilainya, yang banyak disangkut pautkan pada harga sahamnya saat ini. Tujuan penelitian ini untuk memastikan dan memeriksa bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini akan melihat profitabilitas menjadi faktor moderasi yang dapat meningkatkan hubungan antara variabel-variabel ini dan nilai perusahaan. Metode penelitian ini memanfaatkan data kuantitatif dan penelitian asosiatif kausal. Semua perusahaan perbankan yang tersedia di BEI antara tahun 2019-2023 sebagai subjek studi ini. Dengan persyaratan yang telah ditetapkan, menggunakan teknik pengambilan sampel purposive. Analisis regresi berganda dan analisis regresi moderasi adalah pendekatan yang dipakai untuk melakukan analisis. Hasil studi menunjukkan apabila tanggung jawab sosial perusahaan dan struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memperkuat pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian ini, organisasi harus memprioritaskan kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan tanggung jawab sosial perusahaan karena hal-hal ini mampu memengaruhi harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan.*

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional.*

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya, tujuan pembentukan suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan, memberikan penghargaan kepada pemegang saham, dan menumbuhkan nilai yang tercermin pada harga saham. Investor mempertimbangkan guna berinvestasi di perusahaan setelah mengetahui nilai perusahaan itu. Menurut Irfandi (2015), nilai perusahaan merupakan ukuran seberapa besar investor bersedia membayar untuk suatu perusahaan. Dalam hal ini, nilai perusahaan menjadi begitu penting. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka investor baru bisa semakin menghargai kinerjanya, sedangkan investor lama akan menyimpan uangnya (Haslinda, Mardani, & Wahono, 2019).

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama kinerja keuangan di sektor perbankan. Nilai perusahaan mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kinerja perusahaan di masa mendatang dan menjadi dasar bagi keputusan investor dalam menilai potensi investasi (Susanti, 2010). Memaksimalkan nilai perusahaan bisa berdampak positif pada tujuan utama perusahaan dan mengembangkan kesejahteraan pemegang saham. Antara tahun 2019 dan 2022, nilai perusahaan perbankan berfluktuasi, begitu pula *Price to Book Value* (PBV) mereka. Di 2019, rata-rata PBV lembaga perbankan yakni 1,51, rasio terendah yang diamati selama periode penelitian. Nilai PBV bisnis perbankan mengalami peningkatan signifikan antara tahun 2020 hingga 2021, dengan rata-rata PBV sebanyak 2,66 di 2020 dan 2,66 di 2021 (A. V. R. Dewi, Diana, dan Fakhriyah, 2016).

Selama bertahun-tahun, tanggung jawab sosial perusahaan sudah menjadi topik penelitian. Keyakinan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mampu membantu masyarakat adalah yang mendorong penelitian ini (Margolis dan Walsh, 2003). Karena dampak keberadaan dan operasi perusahaan terhadap lingkungan, ada konflik antara masyarakat dan perusahaan, yang mengarah pada munculnya tanggung jawab sosial perusahaan. Sebagai pendukung lingkungan eksternal, perusahaan terkait erat dengan masyarakat sepanjang keberadaannya. Untuk menghasilkan sinergi antara keduanya, faktor penting ini perlu diperhitungkan. Kehadiran perusahaan meningkatkan taraf hidup, memajukan bangsa, dan membawa perkembangan positif.

Struktur kepemilikan perusahaan itu sendiri juga dapat berdampak pada inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (Oh, Chang, dan Martynov, 2011). Kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, kepemilikan publik, dan kepemilikan asing ialah beberapa kategori yang dapat dibagi ke dalam struktur kepemilikan. Karena struktur kepemilikan juga berkaitan dengan keunggulan kompetitif yang mampu didapat perusahaan, termasuk manfaat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (A. Khan, Muttakin, dan Siddiqui, 2013), struktur kepemilikan dapat memengaruhi pengungkapan CSR.

Profitabilitas yang lebih tinggi berarti bisnis dapat menghasilkan lebih banyak uang, yang memungkinkannya untuk memperluas inisiatif tanggung jawab sosialnya dan membuat lebih banyak pengungkapan tentangnya dalam laporan tahunan. Profitabilitas, menurut Sari dan Machdar (2023), merupakan faktor yang mendapat banyak perhatian karena suatu bisnis harus menguntungkan agar investor yang telah berinvestasi di dalamnya dapat bertahan dalam bisnis tersebut dan bagi investor yang belum melakukannya tidak menarik uangnya.

Berdasarkan penelitian Wahongan (2019) variabel nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut penelitian Puspaningrum (2017), variabel tanggung jawab sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian Wati, Novitasari, dan Saitri (2021), variabel kepemilikan institusional mengandung pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Wulandari, Mardani, dan Wahono (2017), menemukan variabel kepemilikan institusional

mengandung pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Sesuai perolehan penelitian Setiawati dan Putri tahun 2024, variabel kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan. Rahmadhani dan Ardini (2018) menegaskan variabel nilai perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh variabel kepemilikan manajemen. Oktariko (2022) menyatakan bahwa pengaruh Profitabilitas menjadi variabel moderasi meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap variabel nilai perusahaan. Akan tetapi, Sigalingging (2019) menjelaskan bahwa pengaruh variabel tanggung jawab sosial perusahaan terhadap variabel nilai perusahaan tidak dapat diperkuat oleh profitabilitas sebagai variabel moderasi. Menurut penelitian terdahulu yang dijalankan Handayani, Novitasari, dan Devi (2021), profitabilitas menjadi variabel moderasi memperkuat pengaruh karakteristik kepemilikan manajerial terhadap variabel nilai perusahaan. Akan tetapi, menurut Puspaningrum (2017), variabel profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh variabel kepemilikan manajerial terhadap variabel nilai perusahaan. Menurut penelitian Rahmadhani dan Ardini (2018), pengaruh variabel kepemilikan institusional terhadap variabel nilai perusahaan diperkuat ketika profitabilitas digunakan menjadi variabel moderasi. Sementara itu, Arianti dan Putra (2018) menemukan bahwa variabel profitabilitas tidak memitigasi dampak kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.

Tujuan penelitian ini ialah agarmenguji dan menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas menjadi variabel moderasi, di perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2023. Berdasarkan konteks itu, rumusan masalah penelitian yang hendak dikaji yakni: (1) Apakah tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? (2) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan? (3) Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai bisnis? (4) Apakah profitabilitas perusahaan dapat membatasi dampak tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di bursa efek Indonesia? (5) Apakah profitabilitas perusahaan dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di bursa efek Indonesia? (6) Apakah profitabilitas perusahaan dapat memoderasi dampak kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di bursa efek Indonesia?

KAJIAN TEORITIS

Teori Stakeholder

Ghozali dan Chariri (2007) menegaskan, teori *stakeholder* ialah korporasi harus memberikan keuntungan bagi para pemangku kepentingannya daripada beroperasi hanya untuk kepentingannya sendiri. Oleh karena itu, dukungan yang diberikan oleh para pemangku kepentingan kepada korporasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kelangsungan hidupnya. Para pemangku kepentingan pada dasarnya dapat mengendalikan atau memengaruhi bagaimana korporasi menggunakan sumber daya ekonominya. Akibatnya, kekuatan pemangku kepentingan ditentukan oleh tingkat pengaruh mereka terhadap sumber daya yang ada. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), kemahiran guna membatasi penggunaan sumber daya moneter yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses ke media yang signifikan, pengelolaan perusahaan, atau pengaruh terhadap penggunaan barang dan fungsi perusahaan (Lobo, 2022).

Perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial sebagai bukti apabila perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan para pemangku kepentingan diharapkan dapat mempertahankan stabilitas bisnis dalam jangka panjang, karena itu, jika perusahaan ingin bertahan dalam jangka panjang, mereka harus melakukan tanggung jawab sosial (Humairoh, 2018).

Teori Legitimasi

Wiwoho (2008) menyatakan bahwa teori legitimasi menegaskan organisasi harus selalu berupaya memastikan bahwa kegiatannya selaras dengan norma sosial dan batasan tempat mereka beroperasi. Yuliani (2003) menegaskan suatu organisasi sekadar mampu eksis apabila masyarakat tempat organisasi itu beroperasi meyakini bahwa organisasi itu dibangun atas sistem nilai yang dapat diterima secara sosial. Dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi adalah gagasan filosofis di mana mendasari gagasan apakah kegiatan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari perilaku sosial orang-orang di sekitarnya, dan bahwa perusahaan Agar dapat tumbuh secara berkelanjutan, seseorang harus dapat bertindak sesuai dengan kebiasaan, nilai, dan keyakinan mereka saat ini.

Perusahaan lebih sadar jikalau keberadaannya bergantung ke hubungan dengan masyarakat yang mereka beroperasi (Wiwoho, 2008). Pengungkapan kewajiban sosial, menurut teori legitimasi merupakan salah satu alat komunikasi perusahaan kepada para pemangku kepentingan tentang kegiatan perusahaan yang mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan saat pengambilan keputusan, dan secara langsung memberikan legitimasi kepada operasi perusahaan dengan membuktikan bahwa operasinya memenuhi standar yang berlaku.

Teori Keagenan

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan dengan keagenan sebagai kontrak pada manajer (agen) dan investor (prinsipal). Adanya konflik kepentingan antara manajer dan pemilik berlangsung ketika manajer gagal bertindak sesuai kepentingan terbaik pemilik. Inilah yang menentukan biaya keagenan.

Agen mempunyai lebih banyak informasi dibanding prinsipal, hingga menghasilkan informasi asimetris. Manajer dengan pengetahuan lebih banyak membuat keputusan yang memaksimalkan keuntungan mereka (Mursalim, 2005). Dalam hal ini investor akan kesulitan untuk mengendalikan tindakan manajemen secara efektif karena kurangnya informasi.

Menurut teori keagenan, pengeluaran akan dilakukan oleh manajemen untuk mengembangkan citra perusahaan di hadapan pemilik. Salah satu pendekatannya adalah dengan membagikan detail tentang kegiatan sosial sebelumnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan berusaha meyakinkan pemilik bahwa perusahaan memiliki masa depan yang menjanjikan ketika tanggung jawab sosial merupakan investasi yang dilakukan untuk waktu yang lama yang dilakukan untuk mencapai sasaran dasar tanggung jawab sosial, yaitu pembangunan berkelanjutan (Humairoh, 2018).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sangat berharga untuk pemodal dikarenakan memungkinkan pasar menilai perusahaan secara umum. Nilai perusahaan mampu didefinisikan menjadi penilaian investor terhadap kemampuan perusahaan saat mengatur sumber daya (B. Gunawan dan Utami, 2008).

Darminto (2010) menegaskan, Nilai berbagai aset perusahaan, termasuk surat berharga yang diterbitkan, ditunjukkan dalam nilai perusahaan, serta bagi perusahaan yang diperdagangkan secara publik, nilai tersebut dapat ditentukan oleh harga saham. Harga saham

perusahaan harus semaksimal mungkin; investor tidak akan membeli jika terlalu tinggi atau terlalu rendah, citra perusahaan akan menurun (Wardani dan Hermuningsih, 2011).

Karena semakin tinggi nilai perusahaan, semakin penting nilainya, semakin makmur pemilik sahamnya. Retno dan Priantinah (2012), investor mendelegasikan pengawasan perusahaan mereka pada spesialis, seperti manajer atau komisaris, untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sukasih dan Susilawati (2011) memperkirakan bahwa perusahaan akan terus tumbuh seiring dengan meningkatnya nilainya.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan terhadap keberhasilan ekonomi jangka panjang yang menekankan pentingnya isu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab bersama pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, dan masyarakat lokal. Kolaborasi ini tidak pasif atau statis. Ini adalah bentuk kewajiban sosial yang dibagi di antara para pemangku kepentingan. Sebuah laporan bernama Pelaporan Keberlanjutan membahas tanggung jawab sosial perusahaan. Pelaporan keberlanjutan adalah proses pengungkapan kebijakan organisasi secara ekonomi, lingkungan, dan sosial, serta efek dan hasil barang-barangnya terhadap pembangunan berkelanjutan.

Menurut Anggraina (2006), pelaporan keberlanjutan mencakup informasi terkait kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial suatu perusahaan. Pelaporan keberlanjutan harus menjadi dokumen strategis yang sangat baik yang menguraikan kesulitan, rintangan dan kesempatan untuk pertumbuhan jangka panjang di perusahaan besar dan sektor industri. Pembangunan berkelanjutan didefinisikan menjadi pembangunan yang memenuhi tuntutan generasi kini sekaligus memungkinkan generasi yang akan datang guna memenuhi tuntutan mereka (Hansen dan Mowen, 2005). Tujuannya adalah untuk mengevaluasi dan melaksanakan program dan kegiatan yang memberi manfaat bagi lingkungan alam, makhluk hidup, budaya, dan masyarakat dengan tetap memelihara dan meningkatkan kinerja keuangan.

Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan mengacu pada komposisi, jumlah, proporsi, atau persentase modal, ekuitas, dan saham yang dimiliki oleh karyawan perusahaan (pemegang saham internal) dan investor eksternal. Beberapa analis menyatakan bahwa struktur kepemilikan memiliki kapasitas untuk memengaruhi lintasan perusahaan, yang kemudian memengaruhi efektivitas perusahaan saat meraih tujuannya, yakni memaksimalkan nilai perusahaan. Sudana (2011) menegaskan, struktur kepemilikan memisahkan pemilik perusahaan dan manajemen. Pemilik atau pemegang saham ialah individu yang berinvestasi di perusahaan, lalu manajer ialah pihak yang ditunjuk oleh pemilik dan diberi wewenang untuk membuat keputusan tentang manajemen perusahaan, dengan harapan manajer akan bekerja demi kepentingan terbaik pemilik.

Wulandari, Mardani, dan Wahono (2017) mendefinisikan struktur kepemilikan sebagai “pembagian struktur kepemilikan menjadi dua item, yaitu manajer dan atasan dalam satu ruang lingkup.” Struktur kepemilikan terbagi menjadi dua hal, yaitu:

a. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial mengacu pada manajer yang mengandung persentase saham perusahaan setelah memperhitungkan kepentingan manajer dan pemegang saham lainnya. Kepemilikan manajerial mengacu pada kepemilikan saham perusahaan dalam membentuk manajemen menjadi fungsi pengambilan keputusan yang terkait dengan keterlibatan aktif. Menurut Bejarano (2013), peningkatan kepemilikan manajemen dapat membantu menghilangkan konflik keagenan. Semakin kuat kepemilikan saham pihak manajerial, maka

pihak manajerial bisa semakin proaktif saat memenuhi kepentingan pemegang saham dan akibatnya kepercayaan pun meningkat, dan dengan demikian nilai perusahaan pun meningkat

b. Kepemilikan Institusional

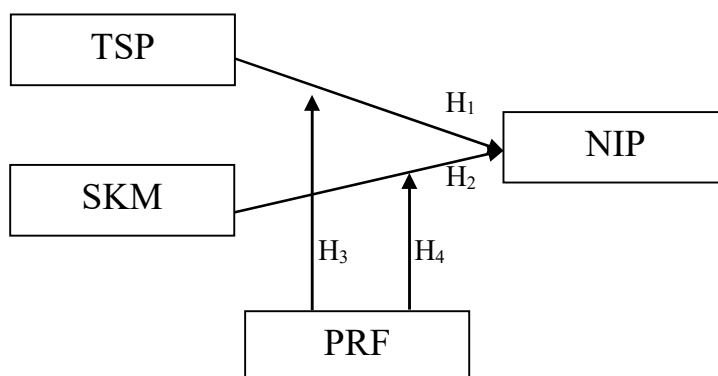
Lembaga merupakan pihak yang memiliki kemampuan profesional dalam mengambil keputusan yang mampu menilai baik atau buruknya kinerja suatu perusahaan. Kepemilikan institusional merujuk ke persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional dan *blockholder*. *Blockholder* merupakan individu yang memiliki lebih dari 5% saham tetapi tidak dianggap sebagai orang dalam. Apriada (2013:22) menegaskan, kepemilikan institusional mengacu pada proporsi saham yang dimiliki oleh investor institusional. Pemegang saham perusahaan bersifat institusional, artinya mereka dapat mengawasi besarnya kepemilikan yang diawasi sekaligus menghilangkan inefisiensi dalam pengelolaan yang diterapkan. Keberlanjutan kepemilikan institusional memengaruhi kepercayaan publik dan mendorong peredaran saham, hingga berpengaruh ke pengembangan nilai perusahaan yang beroperasi. (L. S. Dewi dan Abundanti, 2019).

Profitabilitas

Kemahiran perusahaan agar memperoleh laba pada jangka waktu tertentu dikatakan profitabilitas. Michelle dan Megawati (2005) menyatakan, profitabilitas mengacu pada keahlian perusahaan untuk memproduksi keuntungan di mana dapat digunakan untuk membayar dividen. Profitabilitas menggambarkan kinerja manajemen saat menjalankan bisnis (Petronila dan Mukhlisin, 2003). Pengukuran profitabilitas diklasifikasikan menjadi empat kategori: laba operasi, laba bersih, laba atas investasi atau aset, dan laba atas ekuitas pemilik. Profitabilitas organisasi ialah elemen di mana dimaksudkan untuk mengevaluasi kesehatan perusahaan, oleh karena itu diperlukan alat analisis. Rasio keuangan merupakan instrumen analisis utama.

Investor menggunakan profitabilitas untuk memperkirakan apakah nilai saham perusahaan akan naik atau turun. Kreditor, di sisi lain, melihat profitabilitas untuk menilai apakah perusahaan dapat membayar pokok dan bunga pinjamannya. Profitabilitas merupakan pendorong utama untuk para pemilik perusahaan (pemegang saham) dikarenakan merupakan perolehan pengelolaan dana yang diinvestasikan oleh para pemegang saham dan mencerminkan pembagian laba yang menjadi hak mereka, yakni berapa yang diinvestasikan kembali dan berapa yang dibayarkan kepada mereka menjadi dividen tunai atau dividen saham (Kusumadilaga, 2010).

Kerangka pemikiran yang dimanfaatkan pada penelitian ini yakni:



Keterangan:

TSP: Tanggung jawab sosial perusahaan (X1)

SKM: Struktur kepemilikan (X2)

NIP: Nilai perusahaan (Y)

PRF: Profitabilitas (Z)

Adapun hipotesis yang dapat dibentuk, yakni:

H₁: Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H₂: Struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H₃: Profitabilitas memperkuat pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan.

H₄: Profitabilitas memperkuat pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan pencarian metodis terhadap sesuatu pada jangka waktu yang lama memanfaatkan prosedur ilmiah dan prinsip-prinsip yang tepat untuk memperoleh hasil yang baik. Untuk melakukan penelitian yang baik, diperlukan desain penelitian untuk mendukung dan memberikan hasil penelitian yang sistematis. Desain penelitian mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam merancang dan melaksanakan penelitian, serta pengumpulan dan analisis data (Sekaran, 2006:30). Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif, tepatnya desain penelitian asosiatif kausal dan metode deskriptif. Pendekatan penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran dan penilaian hubungan kausal antarvariabel, bukan pada proses itu sendiri; pemeriksaan dilakukan dalam kerangka kerja bebas nilai (Ahmad et al. 2017). Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk menemukan hubungan kausal antarvariabel (Nurwahidah, Husnan, dan AP, 2019). Tanjung dan Nababan (2016) mendefinisikan pendekatan deskriptif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan gambaran atau lukisan yang metodis, akurat, dan benar dengan menggunakan data sampel atau populasi apa adanya. Laporan tahunan yang didapat ialah sumber data sekunder yang dimanfaatkan pada penelitian ini dari BEI tahun 2019 hingga 2023 melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id). Desain penelitian ini mencakup lima variabel, yaitu satu variabel terikat (nilai bisnis), dua variabel bebas (tanggung jawab sosial perusahaan dan struktur kepemilikan), dan satu variabel moderasi (profitabilitas). Populasi merupakan generalisasi item atau orang dengan atribut dan ciri-ciri yang dipilih peneliti untuk mempelajari dan diambil sebagiannya yang dapat mewakili. Populasi penelitian ini berisi keseluruhan 47 perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023. Teknik digunakan guna memilih sejumlah unit analisis dari populasi untuk dijadikan sampel. Ini dikenal sebagai pengambilan sampel, dan metode yang digunakan harus memastikan bahwa hasilnya mewakili populasi. Analisis ini mencakup rentang waktu 2019-2023. Pendekatan *purposive sampling* dimanfaatkan guna memilih sampel agar diperoleh sampel yang representatif dan memenuhi persyaratan yang diberikan. Kriteria sampel yang dimanfaatkan yakni: (1) perusahaan perbankan yang tercatat di BEI pada tahun 2023; (2) perusahaan perbankan yang tidak termasuk dalam rentang waktu 2019-2023; (3) perusahaan perbankan yang tidak menghadapi kerugian di periode 2019-2023; dan (4) perusahaan perbankan yang telah delisting (2019-2023). Analisis data yakni usaha agar menemukan dan penyusunan data dengan metodis dari sumber seperti catatan lapangan dan hasil wawancara maka dapat diketahui, serta simpulannya mampu dilaporkan (Sugiyono, 2019:480). Analisis data pada penelitian ini memanfaatkan regresi berganda dan regresi moderasi. Data yang diperoleh selanjutnya dievaluasi; pertama, statistik deskriptif digunakan untuk menilai data, diikuti oleh uji asumsi klasik, yang termasuk uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk menjamin hasilnya terdistribusi secara teratur. Setelah uji asumsi tradisional, analisis data dapat dilanjutkan. Metode yang dipakai untuk memeriksa hasil studi ini meliputi analisis regresi berganda dan analisis regresi termoderasi. Uji hipotesis berisi koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sesuai pemaparan teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pada *literature review* jurnal yakni:

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Wahongan (2019); Oktariko (2022); dan Sari dan Machdar (2023) menegaskan, tanggung jawab sosial perusahaan mengandung pengaruh positif pada nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan mampu mengembangkan nilai perusahaan dikarenakan tersedianya informasi laporan tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan sinyal yang baik kepada calon investor, sehingga mengakibatkan harga saham menjadi lebih tinggi (Oktariko, 2022).

Sementara itu, hasil penelitian Puspaningrum (2017), Panjaitan (2015), serta Firda dan Efriadi (2020) menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Penemuan studi Ini menegaskan apabila besarnya pemaparan tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Ini memperlihatkan jika korporasi itu gagal mengomunikasikan tanggung jawab sosial perusahaannya, sehingga mengakibatkan kurangnya paparan dari pihak-pihak yang berkepentingan.

Tak sama pada perolehan penelitian yang dilaporkan oleh Lobo (2022), Yasinta (2018), dan Wati, Novitasari, dan Saitri (2021), tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap valuasi perusahaan. Hal ini memperlihatkan besarnya pengungkapan CSR perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilainya. Ini disebabkan nilai perusahaan berhubungan pada nilai sahamnya di pasar; saham ialah instrumen keuangan yang sensitif terhadap perubahan, berita, dan peristiwa di pasar sekunder tempat saham itu diperdagangkan, sehingga diperlukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Suryandari & Mongan, 2020).

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Setiawati dan Putri (2024); Nurwahidah, Husnan, dan AP (2019); dan Rafsanjani et al. (2024), kepemilikan manajerial mengandung pengaruh positif terhadap nilai bisnis. Kesimpulan ini memperlihatkan sebagian besar kepemilikan manajerial memotivasi manajemen untuk bekerja lebih keras demi kepentingan pemegang saham, sehingga meningkatkan nilai bisnis (L. S. Dewi dan Abundanti, 2019).

Sementara itu, penelitian Rohim, Syamsudin, dan Satriawi (2019); Riyanti dan Munawaroh (2021); dan Antari dan Dana (2010) menemukan kepemilikan manajerial mengandung dampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan semakin tinggi persentase kepemilikan manajerial, maka nilai perusahaan bisa semakin rendah. Hal ini memperlihatkan manajemen dalam hakikatnya ialah lembaga yang dipercaya oleh *shareholders* untuk menjalankan perusahaan di rangka memenuhi tujuan untuk memajukan perusahaan. (Rohim, Syamsudin & Satriawi 2019)

Berbeda dengan temuan Humairoh (2018), Firda dan Efriadi (2020), dan Hastuti (2019), kepemilikan manajerial tidak mengandung pengaruh terhadap nilai bisnis. Dikarenakan kepemilikan manajerial di Indonesia sangat rendah, kehadiran kepemilikan manajerial yang signifikan akan menurunkan nilai perusahaan. Pada potensi untuk memiliki yang minimal, manajer lebih memprioritaskan ambisinya daripada kepentingan pemegang saham, karena mereka mencari keuntungan jangka pendek.

Menurut Wati, Novitasari, dan Saitri (2021); Pasaribu, Topowijono, dan Sulasmiyati (2016); dan Lestari (2017), kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar kepemilikan institusional, semakin kuat suara dan dukungan institusi agar mengawasi manajemen. Manajemen bisa menciptakan motivasi yang lebih kuat agar

meningkatkan nilai perusahaan, yang mengarah pada peningkatan kinerja (Nuraeni, 2010; Putri Endiana dan Pramesti, 2021).

Sementara itu, penelitian Israel, Mangantar, dan Saerang (2018); Riyanti dan Munawaroh (2021); serta Ermanda dan Puspa (2022) menegaskan nilai kepemilikan institusional pada bisnis pertambangan dimodifikasi oleh berbagai faktor, termasuk tindakan pemerintah. Dengan adanya intervensi pemerintah, keputusan pemilik institusional harus didasarkan pada norma-norma ini (Israel, Mangantar, & Saerang, 2018).

Berbeda dengan temuan Gunawan, Abbas, dan Aulia (2023); Raharjo dan Muhyarsyah (2021); dan Sholekah dan Venusita (2014) yang menyimpulkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketika investor dan manajer tidak memiliki informasi yang sama menyiratkan bahwa investor Investor mungkin tidak memiliki semua data manajer (sebagai pengelola perusahaan), maka dari itu manajer menjadi sangat sulit untuk dikelola oleh investor institusional (Gunawan, Abbas, dan Aulia, 2023).

Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam hubungan antara Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan

Menurut Panjaitan (2015), Andriyani dan Nahar (2020), dan Nasaruddin (2020), profitabilitas dapat mendorong dampak tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mampu mengembangkan nilai perusahaan sekaligus menurunkan profitabilitas. Penemuan penelitian ini mendorong teori yang menegaskan semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, semakin besar pula kemampuannya dalam memengaruhi *brand positioning*, citra perusahaan, dan pangsa pasar. Dengan meningkatnya pangsa pasar, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan laba, sehingga rasio profitabilitasnya pun semakin tinggi. Peningkatan profitabilitas sebagai salah satu karakteristik yang dinilai oleh investor ketika berinvestasi saham berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Panjaitan, 2015).

Berbeda dengan temuan RAHMANTARI (2021); Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru (2019); dan Sigalingging (2019) yang menegaskan profitabilitas tidak memperkuat pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan di nilai perusahaan. Profitabilitas yang besar belum tentu menjamin perusahaan mampu mengembangkan nilai tanggung jawab sosialnya, sebab saat perusahaan mengandung laba yang besar maka perusahaan hendak mempertimbangkan agar memberikan informasi yang dianggap dapat mengganggu keberhasilan laporan keuangan (Lobo, 2022).

Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam hubungan antara Struktur Kepemilikan dan Nilai Perusahaan

Menurut Handayani, Novitasari, dan Devi (2021); Indriawati, Kwarto, dan Dhewi (2023); dan Putra et al. (2024), profitabilitas mampu memperkuat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan perolehan penelitian ini, variabel profitabilitas ialah moderator murni kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, yang berarti memperkuat kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Tak sama pada temuan Wulandari (2017), Rafsanjani et al. (2024), dan Yosanti et al. (2023), profitabilitas tidak meningkatkan pengaruh kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan. Ini dapat terjadi ketika kepemilikan manajerial sangat rendah (Alamsyah dan Yulianti, 2022; R. Khan, Dharwadkar, dan Brandes, 2005). Kepemilikan manajerial yang tinggi dapat meningkatkan laba dengan menekankan efisiensi, pengambilan keputusan yang baik, dan komitmen jangka panjang. Profitabilitas yang tinggi dapat menarik lebih banyak investor,

meningkatkan permintaan saham, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan, yang semuanya berpihak pada manajemen pemegang saham (Rafsanjani et al., 2024).

Menurut penelitian Wulandari, Mardani, dan Wahono (2017); Raharjo dan Muhyarsyah (2021); dan Rachmat dan Hendayana (2023), profitabilitas dapat memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional berdampak pada nilai perusahaan melalui profitabilitas, yang berarti semakin banyak saham yang dimiliki institusi, maka semakin tinggi pula tingkat pengawasan manajemen pada perusahaan, yang dapat memengaruhi atau menghasilkan peningkatan nilai perusahaan. Maka, meningkatnya kepemilikan institusional diinginkan mampu mengembangkan nilai perusahaan sekaligus keuntungan perusahaan (Raharjo dan Muhyarsyah, 2021).

Berbeda dengan temuan Wulandari, Mardani, dan Wahono (2017); Rafsanjani et al. (2024); dan S. N. Putri et al. (2022), profitabilitas tidak memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi dapat menarik investor institusional yang melihat potensi pengembalian yang lebih besar atas investasinya. Namun, kurangnya mediasi profitabilitas disebabkan oleh profitabilitas yang rendah (Listiyowati & Indarti, 2018; Rafsanjani et al., 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan struktur kepemilikan yang menjadi faktor penentu nilai perusahaan, dengan profitabilitas menjadi variabel moderasi, di perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023. Berikut hasil temuan dari percakapan tersebut Pertama, Variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kedua, Variabel struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ketiga, Variabel profitabilitas menjadi moderasi mampu memperkuat hubungan antara tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan. Keempat, Variabel profitabilitas menjadi moderasi mampu memperkuat hubungan antara struktur kepemilikan dan nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. M., & Yulianti. (2022). The effect of good corporate governance on the financial performance of property and real estate sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. *Asian Management and Business Review*, 2(1), 90–102. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol2.iss1.art8>
- Andriyani, N. O., & Nahar, A. (2020). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019). *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 4(Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara), 117–130. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jra/>
- Antari, D. A. P. P., & Dana, I. M. (2010). Pengaruh struktur modal, kepemilikan manajerial, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Antari D. Dana I*, 2(3), 274–288.
- Arianti, N., & Putra, P. (2018). Pengaruh Profitabilitas pada Hubungan Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 20–46.
- Dewi, A. V. R., Diana, N., & Fakhriyyah, D. D. (2016). *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan yang Baik Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening*. 13(02), 1–23.

- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 27(2), 635–637.
- Dzikir, A. N., Syahnur, & Tenriwaru. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empirirs Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Forum Manajemen*, 17(2), 111–121. <https://doi.org/10.61938/fm.v17i2.336>
- Ermanda, M., & Puspa, D. F. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Sustainability Report Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 17(2), 135–147. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v17i2.89>
- Firda, Y., & Efriadi, A. R. (2020). Pengaruh CSR Disclosure, Firm Size, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan di BEI. *IJEA (Indonesia Journal of Economics Application)*, 2(1), 34–43.
- Gunawan, B., & Utami, S. S. (2008). Peran Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 7(2), 174–185. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v7i2.2616>
- Gunawan, I. S., Abbas, D. S., & Aulia, T. Z. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 39–55. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2275>
- Handayani, B. D., Novitasari, M., & Devi, H. P. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2019). *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 3*.
- Haslinda, N., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 127–141.
- Hastuti, N. (2019). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Empirical Study on Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock. *Jurnal Profita*, 2, 1–19.
- Humairoh, F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013--2015. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 15(2), 162–188. <https://doi.org/10.25170/balance.v15i2.81>
- Indriawati, F., Kwarto, F., & Dhewi, R. M. (2023). The Role of Profitability in the Effect of Managerial Ownership and Leverage on Firm Value: Empirical Evidence From Indonesia. *EPRA International Journal of Economics, Business and Management Studies*, August, 1–7. <https://doi.org/10.36713/epra13972>
- Israel, C., Mangantar, M., & Saerang, I. S. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1118–1127.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *The Corporate Financiers*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>

- Khan, A., Muttakin, M. B., & Siddiqui, J. (2013). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from an Emerging Economy. *Journal of Business Ethics*, 114(2), 207–223. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1336-0>
- Khan, R., Dharwadkar, R., & Brandes, P. (2005). Institutional ownership and CEO compensation: A longitudinal examination. *Journal of Business Research*, 58(8), 1078–1088. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.02.002>
- Lestari. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(September), 293–306.
- Lobo, Y. P. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 551–558. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery Loves Rethinking Companies : Social Initiatives. *Administrative Science Quarterly*, 48, 268–305.
- Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. 2507(February), 1–9.
- Nugraheni, P., Indrasari, A., & Hamzah, N. (2022). The Impact of Ownership Structure on CSR Disclosure: Evidence from Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 23(2), 229–243. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i2.14633>
- Nurwahidah, N., Husnan, L. H., & AP, I. N. N. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(4), 363–377. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i4.460>
- Oh, W. Y., Chang, Y. K., & Martynov, A. (2011). The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea. *Journal of Business Ethics*, 104(2), 283–297. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0912-z>
- Oktariko, B. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 551–558. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Panjaitan, M. J. (2015). Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening dan Moderating (Studi Empris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal TEKUN*, 6(1), 54–81. www.hukumonline.com
- Pasaribu, M., Topowijono, T., & Sulasmiyati, S. (2016). Pengaruh SM, SK Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 35(1), 154–164.
- Puspaningrum, Y. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(1), 1–14. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/9639>
- Putra, Y. P., Triono, R., Setiorini, H., Fitria, D., & Sumarian, A. (2024). Good Corporate Governance and Corporate Values with Profitability as a Moderating Variable in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2012-2021 Period. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 981–996.

<https://doi.org/10.53697/emak.v4i3.1330>

- Putri, N. K. N. Y., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. S. (2021). Corporate Social Responsibility, dan Investment Opportunity Set terhadap Kinerja Perusahaan. *Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 16(1), 1–13.
- Putri, S. N., Hariyanto, E., Kusbandiyah, A., & Pandansari, T. (2022). The Effect of Capital Intensity, Leverage, and Institutional Ownership on Tax Avoidance With Profitability As a Moderation Variable. *SAR (Soedirman Accounting Review): Journal of Accounting and Business*, 07(02), 86–97. <https://doi.org/10.32424/1.sar.2022.7.2.7339>
- Rachmat, R. A. H., & Hendayana, Y. (2023). Ownership institutional and firm value: the mediating role of profitability in Indonesian firms. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 9. <https://doi.org/10.29210/020232242>
- Rafsanjani, M., Isnurhadi, I., Widiyanti, M., & Thamrin, K. H. (2024). The Effect of Managerial Ownership and Institutional Ownership on Firm Value with Profitability as an Intervening Variable in Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 8(2), 52–62. <https://doi.org/10.53730/ijssh.v8n2.14958>
- Raharjo, A. A., & Muhyarsyah. (2021). the Impacts of Institutional Ownership, Leverage and Firm Size To Firm Value With Profitability As a Moderation Variable. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(5), 184–194. <https://web.idx.com>
- Rahmadhani, N. A., & Ardini, L. (2018). Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* :, 7(6), 1–18.
- RAHMANTARI, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol. *Nominal*, 1, 84–103.
- Riyanti, R., & Munawaroh, A. (2021). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.27-36>.
- Rohim, M., Syamsudin, & Satriawi, S. P. W. (2019). The Effect of Ownership Structure on Firm Value with Profitability as a Moderating Variable. *International Summit on Science Technology and Humanity*, 413.
- Sari, W. P., & Machdar, N. M. (2023). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Disclosure dan Earnings Quality Terhadap Firm Value Melalui Profitability sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(6), 118–134. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i6.654>
- Setiawati, L. P. E., & Putri, Y. K. W. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 36–55. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i3.2468>
- Sholekah, F. W., & Venusita, L. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage, Firm Size, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 795–807.

- Sigalingging, E. D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kinerja Lingkungan, dan Persentase Kepemilikan Manajemen terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(2), 1–58.
- Suryandari, N. N. A., & Mongan, F. F. A. (2020). Nilai Perusahaan ditinjau dari Tanggung Jawab Sosial, Tata Kelola Perusahaan, dan Kesempatan Investasi Perusahaan. 4(2), 167–178.
- Tanjung, H. S., & Nababan, S. A. (2016). Pengaruh penggunaan metode pembelajaran bermain terhadap hasil belajar matematika siswa materi pokok pecahan di kelas III SD Negeri 200407 Hutapadang. *Jurnal Bina Gogik*, 3(1), 35–42. <https://www.ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/pgsd/article/view/26>
- Wahongan, L. (2019). Effects of Financial Performance and Corporate Social Responsibility on Company Values: Case of Banks Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Accountability*, 8(2), 75. <https://doi.org/10.32400/ja.24758.8.2.2019.75-84>
- Wardani, D. K., & Hermuningsih, S. (2011). Cognitive radar for indoor positioning with a software-defined UWB OFDM system. *IEEE National Radar Conference - Proceedings*, 0465–0470. <https://doi.org/10.1109/RADAR.2012.6212186>
- Wati, C. A., Novitasari, N. L. G., & Saitri, P. W. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Corporate Social Responsibility. *JURNAL KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 1309–1318.
- Wulandari, N., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 37–51. www.fe.unisma.ac.id
- Yasinta, A. D. (2018). Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komposisi Dewan dan Corporate Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan di Asia Tenggara. *Nucleic Acids Research*, 6(1), 1–7. <http://dx.doi.org/10.1016/j.gde.2016.09.008><http://dx.doi.org/10.1007/s00412-015-0543-8><http://dx.doi.org/10.1038/nature08473><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2009.01.007><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2012.10.008><http://dx.doi.org/10.1038/s4159>
- Yosanti, J., Tarigan, A. E. B., & Hwee, T. S. (2023). Impact of Managerial Ownership, Company Size and Capital Structure on Company Value Through Profitability in Company Sectors Property, Real Estate and Building Construction Listed on Indonesia Stock Exchange Period 2019–2021. *Економіка Та Суспільство*, 57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-105>