



Implementasi Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance untuk Meningkatkan Nilai Perusahaan

Fahkria Adira Putri¹, Zulfikar^{2*}

^{1,2}Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Correspondence: E-mail: zulfikar@ums.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan praktik corporate governance yang terdiri dari kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dan dewan direksi terhadap peningkatan nilai perusahaan pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda melalui aplikasi Statistical Product and Services Solutions (SPSS). Data yang digunakan berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang diperoleh dari situs resmi BEI dan masing-masing perusahaan. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI, dengan sampel diambil menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, termasuk penerbitan laporan berturut-turut dan tidak mengalami kerugian. Variabel dependen penelitian adalah nilai perusahaan yang diukur dengan Price Book Value (PBV), sedangkan variabel independen meliputi CSR, kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dan dewan direksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara kepemilikan manajerial dan dewan komisaris berpengaruh positif, sedangkan komite audit dan dewan direksi berpengaruh negatif. Temuan ini memberikan implikasi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan penerapan CSR dan corporate governance untuk meningkatkan nilai perusahaan.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 19 Desember 2025

First Revised 19 Januari 2026

Accepted 18 Februari 2026

First Available online 19 Februari 2026

Publication Date 19 Februari 2026

Keyword:

Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Nilai Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan di Indonesia semakin ketat sebagaimana tercermin dari pertumbuhan jumlah perusahaan yang bertambah, beragam entitas perusahaan baik di sektor jasa, manufaktur, dan energi, maupun sektor lainnya berupaya untuk bersaing sehingga menuntut perusahaan agar mampu bertahan menghadapi kondisi pasar yang berubah serta mendorong perusahaan untuk mempertahankan eksistensi dan mempertimbangkan tanggung jawab sosial serta tata kelola yang baik bukan hanya untuk mencari keuntungan.

Salah satu upaya strategi untuk mempertahankan kelangsungan bisnis dengan meningkatkan nilai perusahaan, yang menjadi fungsi penting untuk mencerminkan bagaimana persepsi investor terhadap kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya. Nilai perusahaan tidak hanya mempengaruhi investor dalam berinvestasi tetapi menjadi salah satu faktor kepercayaan investor terhadap keberlanjutan perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi maka kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan ke depannya akan semakin tinggi, perusahaan tidak hanya fokus terhadap laba tetapi juga fokus terhadap aspek tata kelola dan tanggung jawab sosial yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan publik dalam jangka panjang.

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan (Hutagalung & Putra, 2022). Dalam sektor energi, permasalahan lingkungan dan sosial sangat penting sehingga pelaksanaan *corporate social responsibility* yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan publik sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Di sisi lain, pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang pengungkapan *corporate social responsibility*, berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 perusahaan publik yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tahun 2019 dapat melakukan kegiatan *corporate social responsibility* dan melaporkan kegiatan tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* secara efektif dianggap investasi strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate governance merupakan faktor penting dalam perusahaan yang sehat dan menjamin efisiensi serta efektivitas pengelolaan perusahaan melalui mekanisme pengawasan dan kontrol yang baik. *Corporate governance* tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan hukum tetapi sebagai strategi untuk jangka panjang dalam meningkatkan efisiensi internal dan kepercayaan investor. *Corporate governance* dapat diprosikan melalui berbagai indikator seperti, kepemilikan manajerial, komite audit, dewan direksi, dewan komisaris.

Dalam tata kelola perusahaan, kepemilikan manajerial menjadi salah satu faktor dalam melakukan pengambilan keputusan. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen aktif seperti direksi dan komisaris dalam pengelolaan perusahaan. Berdasarkan teori keagenan, kepemilikan saham oleh manajer dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik karena manajer memiliki insentif langsung dalam meningkatkan kinerja serta nilai perusahaan (Geifrla Elizabeth A. Patodo, Dwi Susilowati, 2024)

Komite audit bertanggung jawab untuk menjaga perusahaan, komite audit menjalankan peran penting dalam menjaga integritas proses pembuatan laporan keuangan (Setianingrum & Hendrani, 2024). Dengan mengawasi tata kelola, pelaporan keuangan, dan fungsi sebagai *controller* serta pengawas internal, komite audit berperan penting untuk meningkatkan nilai

perusahaan (Nugroho & Dewi, 2025). Komite audit sebagai bagian struktur dari pengawasan internal berperan penting untuk memastikan laporan keuangan apakah laporan tersebut transparan dan akuntabel, namun efektivitas pada mekanisme komite audit sering bergantung kepada karakteristik perusahaan.

Dewan komisaris berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) mendefinisikan dewan komisaris sebagai komponen organisasi yang bertanggung jawab atas pengawasan internal. Dewan komisaris berperan penting dalam memastikan penerapan prinsip tata kelola dan mengawasi efektivitas pengelolaan risiko dan kepatuhan. Keberadaan dewan komisaris dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Dewan komisaris dapat mempengaruhi kualitas dalam pengambilan keputusan yang berdampak terhadap citra perusahaan melalui kepercayaan investor dan alokasi sumber daya. Dewan komisaris merupakan bagian dari perusahaan untuk mengawasi jalannya suatu perusahaan (Zagita & Mujiyati, 2022).

Dewan direksi merupakan faktor penting dalam mempertimbangkan dan membuat keputusan terhadap arah bisnis di masa depan (Kristanto et.al 2023), dewan direksi juga bertugas untuk mengawasi serta mengarahkan manajemen agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efisien dan memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Dewan direksi tidak hanya bertanggung jawab terhadap pengawasan perusahaan, tetapi juga terhadap tujuan keberlanjutan yang berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan.

Banyak penelitian yang telah dilakukan tentang *corporate social responsibility* dan *corporate governance* terhadap nilai perusahaan, namun Sebagian besar masih dilakukan secara parsial. Dalam praktiknya, pelaksanaan *corporate social responsibility* tidak dapat dipisahkan dari struktur tata kelola yang berlaku, hal ini memberikan celah penelitian yang penting untuk diteliti melalui kajian komprehensif dengan menyatukan kedua aspek tersebut.

Penelitian ini terletak pada simultan antara implementasi *corporate social responsibility* dan *corporate governance* yang diprosikan melalui variabel-variabel spesifik yakni kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dewan direksi. Hal ini, penelitian tidak hanya melakukan pengukuran efek langsung, namun menggambarkan hubungan dan struktural antara tata kelola dan tanggung jawab perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Seiring dengan semakin meningkat tuntutan terhadap perusahaan yang berkelanjutan, transparansi laporan keuangan, dan tata kelola perusahaan yang baik di sektor energi. Perusahaan di sektor energi tidak hanya dituntut dalam aspek keuangan, tetapi juga dituntut dalam aspek tanggung jawab sosial dan tata kelola. Dengan demikian, pemahaman tentang hubungan antara *corporate social responsibility*, *corporate governance*, dan Nilai perusahaan sangat penting oleh manajer, investor.

Tinjauan Pustaka

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi yang pertama kali diperkenalkan oleh (Suchman, 1995) menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam konteks sosial yang luas dan harus memenuhi harapan serta norma masyarakat untuk memperoleh legitimasi yang berpengaruh pada akses terhadap sumber daya dan dukungan pemangku kepentingan. Dalam artikelnya "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches", (Suchman, 1995b) menegaskan bahwa legitimasi dapat dikelola melalui strategi penciptaan dan pemeliharaan citra positif,

sementara (Gray et al., 1995) menyatakan legitimasi tercapai ketika terdapat keselarasan antara nilai sosial dan aktivitas perusahaan. Pengungkapan corporate social responsibility dalam laporan tahunan atau keberlanjutan menjadi sarana komunikasi untuk menunjukkan tanggung jawab perusahaan kepada stakeholder. Dalam konteks corporate governance, struktur seperti kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dan dewan direksi memperkuat kepercayaan publik terhadap integritas perusahaan (O'Donovan, 2002). Dengan demikian, corporate social responsibility dan corporate governance merupakan strategi yang saling melengkapi, di mana CSR merepresentasikan komitmen sosial perusahaan dan corporate governance memastikan pelaksanaannya secara sistematis dan akuntabel, sehingga keduanya berkontribusi dalam meningkatkan legitimasi, reputasi, loyalitas investor, akses modal, dan pada akhirnya nilai perusahaan.

State of the Art

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, Corporate Social Responsibility (CSR) secara umum terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, baik dalam meningkatkan reputasi maupun kepercayaan publik (Anjar Nopriyanto, 2024; Rifani Akbar Sulbahri, 2021; Emmaculata Deva Prabaningrum & Tiara Rani Santoso, 2025; Aidil Putra Pratama & Vanica Serly, 2024). Sementara itu, hasil penelitian mengenai kepemilikan manajerial menunjukkan temuan yang beragam, mulai dari tidak berpengaruh hingga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Geifrila Elizabeth A. Patodo et al., 2024; Weli Devita & Aminar Sutra Dewi, 2022; Desy Rosiana Widyastuti et al., 2022), meskipun terdapat pula penelitian yang menemukan pengaruh positif dan signifikan (I Kadek Agus Krisna Adinata et al., 2022). Komite audit dan dewan komisaris cenderung menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Fitri Amaliyah & Eliada Herwiyanti, 2019; Ridwan Nugroho & R. Rosiyana Dewi, 2025; Atev Figosutansyah & Hersugondo, 2024; Veny & Merry Putri, 2023; Iroh Rahmawati, 2021; Syifa Khoirunnisa & Indianik Aminah, 2022; Suci Nurahma & Roy Budiharjo, 2022), meskipun beberapa penelitian menemukan pengaruh positif namun tidak signifikan (Muhammad Nuryono et al., 2019). Adapun variabel dewan direksi juga menunjukkan hasil yang inkonsisten, baik berpengaruh positif, sebagian, maupun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Robert Vincent Kristanto et al., 2023; Danisha Anbia Vashti & Ranti Nugraheni, 2024; Taufik Hidayat et al., 2021; Ni Luh Nyoman Lilik Sugiarti et al., 2023). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi temuan empiris, sehingga membuka peluang penelitian lanjutan untuk menguji kembali pengaruh variabel-variabel tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Implementasi *corporate social responsibility* meningkatkan nilai perusahaan

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang konsisten mengenai hubungan yang positif diantara kedua variabel. (Nopriyanto, 2024) dalam penelitiannya menemukan implementasi dari csr meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan. Penelitian serupa juga dikemukakan oleh (Sulbahri, 2021) menunjukkan bahwa csr berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan legitimasi sosial dengan pengurangan risiko reputasi. Hasil penelitian inii memberikan dukungan empiris terhadap teori legitimasi yang menekankan perusahaan menjalankan bisnis sesuai dengan norma dan harapan masyarakat.

Penelitian selanjutnya diberikan oleh (Prabaningrum & Santoso, 2025) yang mengemukakan pengaruh positif *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan indikasi bahwa *corporate social responsibility* yang strategis berfungsi sebagai investasi jangka panjang sehingga menghasilkan return. (Pratama & Serly, 2024) dengan penelitiannya mengungkapkan bukti robust mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, dengan robustness test menunjukkan konsistensi hubungan ketika nilai perusahaan diukur menggunakan *net profit margin*. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Implementasi *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan

Penelitian mengenai kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikemukakan (Geifriela Elizabeth A. Patodo, Dwi Susilowati, 2024) oleh mengemukakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh nilai perusahaan diukur dengan price book value, ketidakhadiran pengaruh dapat dimaknai bahwa keterlibatan manajemen dalam kepemilikan saham belum tentu dapat meningkatkan kepercayaan pasar. (Devita & Dewi, 2024) mengemukakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang artinya keberadaan saham yang dimiliki manajemen meningkatkan persepsi pasar disebabkan selaras dengan peningkatan akuntabilitas manajemen.

Penelitian (Rosiana et al., 2022) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena persepsi *stakeholder* memandang bahwa kepemilikan saham oleh manajemen tidak selalu menjamin kepatuhan terhadap prinsip *good corporate governance* yang menjadi legitimasi perusahaan dilingkungan eksternal. Penelitian selanjutnya (Adinata et al., 2023) mengemukakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian ini mendukung bahwa manajer bertindak sebagai pemilik akan mendorong menjaga reputasi perusahaan dan menyesuaikan kebijakan perusahaan dengan harapan memperkuat legitimasi eksternal perusahaan.

H₂: Semakin tinggi kepemilikan manajerial semakin meningkatkan nilai perusahaan.

Implementasi Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian mengenai komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, komite audit memiliki peran strategis dalam membangun legitimasi. Penelitian (Amaliyah & Herwiyanti, 2019) menemukan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana komite audit memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan. Temuan ini diperkuat dengan penelitian (Jurnal & Mea, 2025) yang menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai penilai. Dalam teori legitimasi, komite audit memiliki peran dalam mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tata kelola sehingga meningkatkan nilai perusahaan dimata stakeholder.

Beberapa penelitian juga menunjukkan hasil terkait dengan komite audit dan nilai perusahaan. (Nuryono et al., 2019) mengungkapkan komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan namun tidak signifikan. Penelitian selanjutnya, (Figosutansyah, 2024) menunjukkan komite audit dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa komite audit dapat meningkatkan nilai perusahaan bergantung bagaimana komite audit dalam membangun kepercayaan investor melalui transparansi dan akuntabilitas

laporan keuangan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₃: Semakin banyak jumlah anggota komite audit semakin meningkatkan nilai perusahaan.

Dewan Komisaris dan Nilai Perusahaan.

Penelitian tentang dewan komisaris terhadap nilai perusahaan diungkapkan oleh penelitian (Veny & Putri, 2023) yang meneliti pengaruh dewan komisaris terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dewan komisaris memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini juga diungkapkan oleh peneliti (Rahmawati, 2021) yang secara spesifik menganalisis pengaruh dewan komisaris terhadap nilai perusahaan, penelitian ini pun memiliki pengaruh yang positif. Dalam teori legitimasi, dewan komisaris yang kompeten mencerminkan perusahaan terhadap prinsip tata kelola perusahaan yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh dewan komisaris juga dikonfirmasi oleh peneliti lainnya, (Khoirunnisa, 2022) dalam penelitian tentang ukuran dewan komisaris terhadap nilai perusahaan mengindikasikan bahwa dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Peneliti lebih lanjut (Nurahma & Budiharjo, 2022) yang meneliti keputusan pendanaan, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan ROA terhadap nilai perusahaan mengemukakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, dewan komisaris mampu membangun kepercayaan investor melalui pengawasan dan pengendalian yang baik, yang pada akhirnya mampu meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan yang berdampak kepada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₄: Semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris semakin meningkatkan nilai perusahaan.

Dewan Direksi dan Nilai Perusahaan

Penelitian tentang dewan direksi terhadap nilai perusahaan diungkapkan oleh penelitian (Robert Vincent Kristanto et al., 2023) yang menunjukkan bahwa dewan direksi berpengaruh sebagian terhadap nilai perusahaan, hal ini menandakan keterkaitan jumlah anggota dan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan, prinsip teori legitimasi bahwa keberadaan struktur pengelolaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik. Sebaliknya penelitian dari (Vashti & Nugraheni, 2024) mengungkapkan bahwa dewan direksi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, keberadaan dewan direksi tidak selalu mencerminkan efektivitas dalam pengambilan keputusan yang dapat menimbulkan ketidakefisienan sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan.

Pengaruh dewan direksi juga dikonfirmasi oleh penelitian (Hidayat et al., 2021) menunjukkan bahwa dewan direksi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa peran direksi dalam menetapkan strategi perusahaan menciptakan pandangan yang positif yang sejalan dengan pandangan teori legitimasi. Penelitian (Sugiarti et al., 2023) mengemukakan bahwa dewan direksi memiliki pengaruh negatif meskipun tidak signifikan, ketidakefektifan kinerja dalam struktur dewan dapat mengurangi nilai legitimasi yang diperoleh perusahaan di pandangan stakeholder sehingga menekan nilai perusahaan.

H₅: Semakin banyak jumlah anggota dewan direksi semakin meningkatkan nilai perusahaan

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi Statistical Product and Services Solutions (SPSS) untuk menguji hipotesis penelitian. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) serta situs resmi masing-masing perusahaan. Populasi penelitian meliputi seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI, dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria perusahaan sektor energi periode 2022–2024 yang menerbitkan laporan secara berturut-turut dan tidak mengalami kerugian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diprosikan dengan Price Book Value (PBV), sedangkan variabel independen meliputi Corporate Social Responsibility (diukur dengan indeks pengungkapan CSR), kepemilikan manajerial (persentase kepemilikan saham oleh manajemen), komite audit, dewan komisaris, dan dewan direksi (diukur berdasarkan jumlah anggota masing-masing). Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis menggunakan uji F untuk melihat pengaruh simultan, uji t untuk pengaruh parsial, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, dengan kriteria pengambilan keputusan mengacu pada (Ghozali, 2017; 2016).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek dan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian dengan pengolahan data hasil penelitian menggunakan pendekatan statistik. Informasi yang dipergunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan tahunan lembaga keuangan terpilih yang termuat pada Bursa Efek Indonesia antara tahun 2022-2024. Sebanyak 91 perusahaan sektor energi yang tercantum pada BEI yang diikutsertakan pada penelitian ini. Pemilihan sampel dijalankan melalui penerapan kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penentuan jumlah sampel penelitian dilakukan berdasarkan beberapa kriteria seleksi sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Kriteria Sampel.

Tabel 1. Kriteria Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan sektor energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024.	91
Perusahaan yang tidak menyediakan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama periode 2022-2024.	-27
Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2022-2024.	-16
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria	48
Total sampel penelitian 48x3	144
Data outlier	24
Sampel yang diolah	120

Hasil Analisis

Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang disajikan pada Tabel 2, dapat diketahui gambaran umum mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian yang meliputi CSR, kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dewan direksi, dan nilai perusahaan.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
CSR	120	0,08	0,59	27,35	14,30852
Kepemilikan Manajerial	120	0,00	4,96	9,733	46,97107
Komite Audit	120	2	6	3,23	0,658
Dewan Komisaris	120	2	9	3,63	1,604
Dewan Direksi	120	2	15	4,18	2,094
Nilai Perusahaan	120	0,00	21,85	133,8667	214,18036

Berdasarkan hasil uji analisis statistik deskriptif bahwa variabel CSR terindikasi nilai terendah 0,08, nilai tertinggi 0,59, sementara rata-rata 27,35. Variabel kepemilikan manajerial terindikasi nilai terendah 0,00, nilai tertinggi 4,96, sementara rata-rata 9,733. Variabel komite audit terindikasi nilai terendah 2, nilai tertinggi 6, sementara rata-rata 3,23. Variabel dewan komisaris terindikasi nilai terendah 2, nilai tertinggi 9, sementara rata-rata 3,63. Variabel dewan direksi terindikasi nilai terendah 2, nilai tertinggi 15, sementara rata-rata 4,18. Variabel nilai perusahaan terindikasi nilai terendah 0,00, nilai tertinggi 21,85, sementara rata-rata 133,866.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp.Sig sebesar 0,002 yang berada di bawah 0,05, sehingga secara statistik data tidak terdistribusi normal. Namun demikian, penelitian ini juga mengacu pada pendekatan Central Limit Theorem (CLT), yang menyatakan bahwa data dengan jumlah sampel lebih dari 30 dapat dianggap berdistribusi normal. Dengan jumlah sampel sebanyak 120 observasi, maka data dalam penelitian ini dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji Spearman Rho menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Selain itu, hasil uji autokorelasi dengan metode Durbin-Watson menghasilkan nilai sebesar 2,233 yang berada dalam rentang -2 sampai +2, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi. Dengan demikian, secara keseluruhan model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda pada penelitian ini disajikan pada Tabel 3. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien B	Standar Error	t	Sig.	Keterangan
Konstanta	161,795	37,188	4,351	0,001	
CSR	-0,160	0,661	-0,241	0,810	H ₁ Ditolak
Kepemilikan Manajerial	4,356	0,171	25,398	0,001	H ₂ Diterima
Komite Audit	-39,018	12,221	-3,193	0,002	H ₃ Diterima
Dewan Komisaris	27,089	7,507	3,609	0,001	H ₄ Diterima
Dewan Direksi	-9,082	5,353	-1,697	0,093	H ₅ Diterima
F _{stat}	156,886				
F _{sig}				0,001	
R ²	0,873				
AdjR ²	0,868				

Berdasarkan hasil tabel 3 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$NP = 161,795 - 0,160CSR + 4,356KM - 39,018KA + 27,089DK - 9,082DD$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar 161,795 yang menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel independen dianggap konstan, nilai perusahaan berada pada angka tersebut. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki koefisien negatif sebesar -0,160 dengan signifikansi 0,810 (>0,10), sehingga H₁ ditolak karena CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial memiliki koefisien positif sebesar 4,356 dengan signifikansi 0,001 (<0,10), sehingga H₂ diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Komite audit menunjukkan koefisien negatif sebesar -39,018 dengan signifikansi 0,002 (<0,10), sehingga H₃ diterima karena berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris memiliki koefisien positif sebesar 27,089 dengan signifikansi 0,001 (<0,10), sehingga H₄ diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, dewan direksi memiliki koefisien negatif sebesar -9,082 dengan signifikansi 0,093 (<0,10), sehingga H₅ diterima pada tingkat signifikansi 10% karena berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah H₂, H₃, H₄, dan H₅, sedangkan H₁ ditolak.

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,001 (<0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan variabel dependen nilai perusahaan dan lima variabel independen yaitu CSR, kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dan dewan direksi layak digunakan. Selain itu, uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R² sebesar 0,868, yang berarti variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 86,8% variasi nilai perusahaan, sedangkan 13,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Implementasi *corporate social responsibility* tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan

Corporate social responsibility tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan, aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan belum menjadi faktor utama dalam pertimbangan pasar untuk menentukan nilai perusahaan, tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* tidak diikuti oleh perubahan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* dipandang sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi kepentingan berbagai pihak, namun manfaat terhadap nilai perusahaan tidak selalu tercermin secara langsung, investor cenderung lebih

responsif terhadap indikator kinerja keuangan dibandingkan aktivitas sosial yang dampaknya sulit diukur secara kuantitatif. Pelaksanaan *corporate social responsibility* dilakukan untuk memenuhi kewajiban regulasi atau tuntutan pelaporan, bukan sebagai strategi bisnis, kondisi ini menyebabkan aktivitas *corporate social responsibility* belum mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Dalam teori legitimasi, *corporate social responsibility* penting untuk perusahaan memperoleh legitimasi sosial. Pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa aktivitas operasional selaras dengan nilai dan harapan masyarakat. Namun, legitimasi yang diperoleh melalui *corporate social responsibility* bersifat simbolik dan normatif, sehingga tidak selalu berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan. Legitimasi sosial yang dibangun melalui *corporate social responsibility* belum tentu memberikan dampak peningkatan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Kartika et al., 2022), (Noviyanti & Purnamasari, 2025) dan (Rachman et al., 2024) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai perusahaan

Kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai perusahaan karena keterlibatan manajer sebagai pemilik dan pengelola perusahaan mendorong terciptanya pengelolaan perusahaan yang lebih efektif dan berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan. Struktur kepemilikan, khususnya kepemilikan manajerial berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, kepemilikan manajerial mampu mendorong manajemen untuk bertindak selaras dengan kepentingan pemegang saham dan menjaga legitimasi perusahaan di mata publik dan investor. Kepemilikan manajerial dapat dijadikan sebagai salah satu indikator dalam menilai efektivitas tata kelola perusahaan dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Dalam teori legitimasi, kepemilikan manajerial yang tinggi mencerminkan komitmen manajemen terhadap keberlangsungan dan kinerja perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya, kepemilikan manajemen yang tinggi mencerminkan adanya tanggung jawab dan komitmen manajemen terhadap perusahaan karena manajemen tidak hanya bertindak sebagai pengelola tetapi sebagai pemilik perusahaan. Kondisi ini akan meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan sehingga perusahaan memperoleh legitimasi sosial yang lebih kuat dan tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Adinata et al., 2023), (Mardiana et al., 2024) dan (Devita & Dewi, 2024) yang membuktikan bahwa jumlah kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Komite audit dapat meningkatkan nilai perusahaan

Komite audit berpengaruh dengan arah negatif terhadap peningkatan nilai perusahaan, peningkatan proporsi komite audit cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan, sedangkan penurunan proporsi komite audit cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Kondisi ini dapat terjadi apabila pembentukan komite audit lebih bersifat formalitas atau kepatuhan terhadap regulasi, sehingga keberadaan komite audit belum mencerminkan efektivitas pengawasan. Peningkatan jumlah komite audit dapat menimbulkan biaya keagenan tambahan atau memperlambat proses pengambilan

keputusan yang akhirnya mempengaruhi persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan. Kualitas dan efektivitas fungsi pengawasan komite audit yang menentukan nilai perusahaan.

Dalam teori legitimasi, keberadaan komite audit dapat dipandang sebagai upaya perusahaan memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Namun, komite audit hanya bersifat formalitas tanpa diiringi dengan peningkatan kualitas pengawasan dan kinerja perusahaan, maka legitimasi yang diperoleh menjadi lemah. Dengan demikian investor menilai bahwa keberadaan komite audit yang besar tidak memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Nuryono et al., 2019), (Amaliyah & Herwiyanti, 2019) dan (Figosutansyah, 2024) yang membuktikan bahwa jumlah komite audit dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dewan komisaris dapat meningkatkan nilai perusahaan

Dewan komisaris dapat meningkatkan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa dewan komisaris salah satu mekanisme tata kelola perusahaan yang memiliki kontribusi nyata dalam peningkatan nilai suatu perusahaan. Dewan komisaris berperan sebagai mekanisme pengawasan terhadap kinerja manajemen untuk meminimalkan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik perusahaan. Dewan komisaris yang efektif dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan manajerial dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas perusahaan, hal ini mendorong kinerja perusahaan yang lebih baik yang akhirnya mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

Dalam teori legitimasi, dewan komisaris yang kuat dipandang sebagai bentuk upaya perusahaan memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari publik dan investor. Struktur pengawasan yang kuat memberikan pandangan positif kepada investor dan publik bahwa perusahaan dikelola secara profesional dan bertanggung jawab. Legitimasi yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan investor dan publik terhadap perusahaan yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Rahmawati, 2021), (Nurahma & Budiharjo, 2022) dan (Khoirunnisa, 2022) yang membuktikan bahwa jumlah dewan komisaris dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dewan direksi dapat meningkatkan nilai perusahaan

Dewan direksi berpengaruh dengan arah negatif terhadap peningkatan nilai perusahaan, peningkatan jumlah anggota dewan direksi diikuti dengan penurunan nilai perusahaan. Dewan direksi memiliki peran sentral dalam mengarahkan strategi perusahaan, ukuran dewan direksi yang terlalu besar dapat menimbulkan masalah dalam pengambilan keputusan dan konflik kepentingan antar anggota. Kondisi ini mengurangi efektivitas pengelolaan perusahaan yang akhirnya berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Investor akan menilai perusahaan berdasarkan kinerja yang dihasilkan. Ketika struktur dewan direksi tidak efisien, investor dapat merespon secara negatif yang tercermin dalam penurunan nilai perusahaan.

Dalam teori legitimasi, keberadaan dewan direksi yang kompeten dapat dipandang sebagai mekanisme institusional yang memperkuat legitimasi perusahaan. Namun, struktur yang tidak dilakukan dengan peningkatan kinerja serta efektifitas dalam pengambilan keputusan, maka legitimasi yang diharapkan justru tidak tercapai. Peningkatan dewan direksi tidak secara

otomatis meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan. Struktur dewan direksi dipandang tidak efisien, pasar dapat merespon negatif tercermin dalam penurunan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Sugiarti et al., 2023), (Vashti & Nugraheni, 2024) dan (Robert Vincent Kristanto et al., 2023) yang membuktikan bahwa jumlah dewan direksi dapat meningkatkan nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh implementasi corporate social responsibility (CSR), kepemilikan manajerial, komite audit, dewan komisaris, dan dewan direksi terhadap peningkatan nilai perusahaan pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan dewan komisaris berpengaruh positif, sehingga semakin besar proporsi kepemilikan atau jumlah anggota dewan komisaris, nilai perusahaan meningkat. Komite audit dan dewan direksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin sedikit jumlah anggota komite audit atau dewan direksi, nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mencakup tiga tahun dan fokus pada perusahaan sektor energi, sehingga hasilnya mungkin tidak berlaku untuk sektor lain atau perusahaan yang tidak terdaftar di BEI. Sebagai saran, perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan program CSR dan meningkatkan efektivitas penerapan corporate governance untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan, sedangkan penelitian selanjutnya disarankan memperluas periode dan cakupan objek serta variabel agar temuan lebih representatif dan akurat.

5. REFERENCES

- Adinata, I. K. A. K., Riasning, N. P., & Kawisana, P. G. W. P. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Bei 2019-2021. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 3(2), 7–11. <https://doi.org/10.22225/jraw.3.2.7594.7-11>
- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Akuntansi*, 9(3), 187–200. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.187-200>
- Devita, W., & Dewi, A. S. (2024). Kepemilikan Manajerial dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Jurnal Economina*, 3(1), 15–28. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1119>
- Figosutansyah, A. (2024). Analisis Pengaruh Audit Committee terhadap Firm Value dan Firm Performance Melalui ESG Disclosure (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Indeks Sri Kehati Periode 2018-2022). *Diponegoro Journal of Management*, 13(1), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Geifrla Elizabeth A. Patodo, Dwi Susilowati, N. H. M. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 01–15. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i1.649>

- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & Vebrina Marpaung, N. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 1–18. <https://doi.org/10.37366/akubis.v6i01.230>
- Hutagalung, Y. P., & Putra, S. S. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(2), 377–385. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i2.3293>
- Jurnal, J., & Mea, I. (2025). *Disclosure Dan Komite Audit Terhadap Nilai JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 9(1), 2578–2595.
- Kartika, U. W., Paramitha, M., & Kartika, U. W. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sustainability Report Sebagai Variabel Mediasi*. 6, 22–32.
- Khoirunnisa. (2022). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020. *Prosiding SNAM PNJ*, 1–12. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/5722>
- Mardiana, A., Daromes, F. E., & Krescencia, V. (2024). *The Effect of Managerial Ownership on Company Values Mediated by Profit Quality*. 6(1).
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Noviyanti, I., & Purnamasari, S. (2025). *Pengaruh csr pada nilai perusahaan terhadap bank bermodal inti terbesar di indonesia*. 14(04), 1807–1821.
- Nugroho, R., & Dewi, R. R. (2025). Pengaruh Green Innovation, Environmental Disclosure Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2578–2595. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5442>
- Nurahma, S., & Budiharjo, R. (2022). Pengaruh keputusan pendanaan, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan return on asset terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 35–48. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i1.364>
- Nuryono, M., Wijanti, A., & Chomsatu, Y. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Serta Kualitas Audit Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 199–212. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.457>
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- Prabaningrum, E. D., & Santoso, T. R. (2025). Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jesya*, 8(1), 583–592. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1967>
- Pratama, A. P., & Serly, V. (2024). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)

- terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(3), 1285–1301. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1699>
- Rachman, H. A., Alam, M. D., Salisa, M. R., & Astri, M. F. (2024). *CSR dan Nilai Perusahaan : Studi atas Pengukuran Kinerja CSR and Firm Value : Study of CSR Performance Measurement*. 11(November), 1–12. <https://doi.org/10.55963/jraa.v11i3.700>
- Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar Di Bei. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 96–106. <https://doi.org/10.47080/progress.v4i2.1311>
- Robert Vincent Kristanto, Amelia Setiawan, Samuel Wirawan, & Hamfri Djajadikerta. (2023). Pengaruh Ukuran Dewan Direksi, Proporsi Komisaris Independen, Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 498–507. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.120>
- Rosiana, D., Wijayanti, A., & Masitoh, E. (2022). Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leveragedan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020. *Keuangan Dan Manajemen*, 18(2), 294–304. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i2.10617>
- Setianingrum, D. R., & Hendrani, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Audit , Kekuatan Pendapatan , Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan*. 7(2), 336–354.
- Suchman, M. C. (1995b). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sugiarti, N. L. N. L., Astuti, P. D., & Sutapa, I. N. (2023). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 4(1), 01–06. <https://doi.org/10.22225/jraw.4.1.7613.01-06>
- Sulbahri, R. A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 215–226. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.140>
- Vashti, D. A., & Nugraheni, R. (2024). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Student Research Journal*, 3(1), 22–37. <https://doi.org/10.62108/asrj.v3i1.7379>
- Veny, & Putri, M. (2023). Prediksi Pengaruh Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit Independen terhadap Nilai Perusahaan BUMN. *Konferensi Ilmiah Akuntansi X*, 1–15.
- Zagita, G. C., & Mujiyati. (2022). The Influence of Investment Decisions, Funding Decisions, Dividend Policy, Profitability, and Size of the Board of Commissioners on Firm Value. *The 16th University Research Colloqium*, 316–328