

Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024

Mia Patmawati^{1}, Suyatmin Waskito Adi²*

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

Correspondence: E-mail: b200220155@student.ac.ums.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Sampel dipilih secara purposive dari seluruh bank konvensional dan digital di BEI berdasarkan konsistensi pencatatan dan kelengkapan laporan. Data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, situs resmi BEI, dan publikasi Otoritas Jasa Keuangan, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan uji hipotesis parsial, simultan, serta koefisien determinasi R^2 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan GCG, CSR, Profitabilitas, dan Leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, namun secara parsial hanya Leverage yang berpengaruh signifikan, sedangkan GCG, CSR, dan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menekankan bahwa struktur pendanaan menjadi faktor utama bagi investor dalam menilai perusahaan, sedangkan tata kelola, tanggung jawab sosial, dan laba perusahaan belum menjadi penentu langsung nilai perusahaan selama periode penelitian.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 24 Februari 2026

First Revised 25 Februari 2026

Accepted 26 Februari 2026

First Available online 26 Februari 2026

Publication Date 26 Februari 2026

Keyword:

Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Leverage, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

1. PENDAHULUAN

Fenomena nilai perusahaan merupakan indikator utama yang mencerminkan tingkat keberhasilan manajemen serta kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan, khususnya pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Di tengah kondisi ekonomi yang dinamis dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan perbankan dituntut untuk tidak hanya mempertahankan kelangsungan usaha, tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan agar tetap menarik di mata investor dan pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, sejumlah faktor internal seperti *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), *profitabilitas*, dan *leverage* menjadi variabel penting yang diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Perubahan kondisi ekonomi global maupun nasional pasca pandemi COVID-19 juga memberikan dampak nyata terhadap kinerja sektor perbankan di Indonesia. Rentang waktu 2022–2024 menjadi masa penting dalam proses pemulihan ekonomi nasional, ditandai oleh meningkatnya penyaluran kredit, membaiknya likuiditas, serta penyesuaian kebijakan makroprudensial oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia. Namun, bersamaan dengan pemulihan tersebut, muncul tantangan baru seperti ketidakpastian ekonomi global, percepatan transformasi digital, dan meningkatnya tuntutan publik terhadap praktik bisnis yang transparan, etis, serta berorientasi keberlanjutan. Kondisi ini menuntut lembaga perbankan untuk beradaptasi dengan paradigma bisnis yang lebih akuntabel, adaptif, dan berkelanjutan, sehingga diperlukan kajian mendalam mengenai faktor-faktor internal yang memengaruhi nilai perusahaan dalam sektor ini.

Nilai perusahaan sendiri menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Menurut Indriyani (2017), nilai perusahaan mencerminkan kondisi dan prestasi perusahaan yang dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula tingkat kemakmuran pemegang saham yang tercermin dari meningkatnya harga saham. Hal ini sejalan dengan pendapat Chabachib et al. (2019) yang menyatakan bahwa tingginya laba dan kinerja keuangan akan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak positif terhadap peningkatan harga saham perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi salah satu tolok ukur utama dalam menilai keberhasilan strategi manajerial sebuah entitas bisnis.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan adalah *Good Corporate Governance* (GCG). GCG merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berlandaskan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran (GRC Indonesia, 2023). Implementasi GCG yang baik berperan vital dalam menjaga kepercayaan publik dan memastikan efektivitas operasional perusahaan. Penelitian Ong (2018) menunjukkan bahwa penerapan GCG yang kuat mampu meningkatkan kinerja keuangan serta nilai pasar perusahaan. Dalam konteks perbankan syariah, GCG juga mencakup pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah yang berfungsi memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah sekaligus memperkuat tata kelola perusahaan (Permana, 2023). Dengan demikian, penerapan GCG yang konsisten tidak hanya memperkuat kepercayaan publik, tetapi juga meningkatkan daya saing perbankan di pasar modal.

Selain GCG, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga berperan penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Pelaksanaan CSR yang konsisten dan transparan tidak hanya memberikan manfaat sosial dan lingkungan, tetapi juga menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan. Menurut Rui Coelho

(2023) dan Fuadah (2021), tanggung jawab sosial yang diintegrasikan ke dalam strategi bisnis mampu memperkuat legitimasi perusahaan, meningkatkan loyalitas pemangku kepentingan, serta mendorong kenaikan nilai saham. Dalam sektor perbankan, pelaporan CSR yang terbuka menjadi salah satu faktor yang membangun reputasi positif dan mendukung keberlanjutan jangka panjang.

Dari perspektif keuangan, *profitabilitas* dan *leverage* juga menjadi indikator penting yang menentukan nilai perusahaan. *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba, yang secara langsung mencerminkan efektivitas operasional perusahaan (Rafi et al., 2021). Sementara itu, *leverage* menggambarkan struktur pendanaan perusahaan yang berasal dari utang. Struktur modal yang optimal akan meningkatkan efisiensi dan keuntungan, sedangkan *leverage* yang berlebihan dapat menimbulkan risiko keuangan (Zuriah & Sembiring, 2020). Dengan demikian, keseimbangan dalam pengelolaan *profitabilitas* dan *leverage* menjadi kunci dalam menjaga stabilitas nilai perusahaan.

Meski demikian, tidak sedikit perusahaan perbankan yang masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan GCG dan CSR secara konsisten, serta mengelola *profitabilitas* dan *leverage* secara optimal. Permasalahan seperti kurangnya transparansi, lemahnya pengawasan internal, dan tingginya risiko akibat ketidakseimbangan struktur modal sering kali menurunkan kepercayaan investor dan menghambat pertumbuhan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian yang menelaah secara empiris sejauh mana keempat faktor tersebut memengaruhi nilai perusahaan perbankan di Indonesia..

Urgensi penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami lebih dalam pengaruh GCG, CSR, *profitabilitas*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2023. Periode ini dipilih karena mencerminkan dinamika ekonomi pascapandemi serta perubahan regulasi signifikan dalam sektor keuangan. Penelitian terdahulu seperti Puspita et al. (2025) dan Asriani & Sari (2024) telah mengkaji tema serupa, namun perbedaan fokus dan konteks membuat kajian terbaru ini penting dilakukan untuk menggambarkan kondisi terkini industri perbankan Indonesia.

Dari sisi teori, penelitian ini didukung oleh Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*) yang menekankan pentingnya memenuhi kepentingan berbagai pihak untuk menjaga keberlanjutan nilai perusahaan, serta Teori Agensi (*Agency Theory*) yang menjelaskan bagaimana penerapan tata kelola dan tanggung jawab sosial dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (Isnaeni et al., 2021). Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini memiliki urgensi tinggi karena berupaya membuktikan secara empiris pengaruh keempat faktor internal tersebut terhadap nilai perusahaan di tengah perubahan ekonomi dan tuntutan transparansi yang semakin besar.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan praktis. Secara akademis, hasil penelitian dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antara tata kelola, tanggung jawab sosial, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi manajemen perbankan, OJK, dan BEI dalam memperkuat penerapan tata kelola perusahaan yang baik, meningkatkan transparansi pelaporan, serta memperkuat daya saing industri perbankan Indonesia di tingkat global.

Penerapan GCG yang efektif terbukti mampu memperkuat kepercayaan investor dan meningkatkan efisiensi manajemen perusahaan. Menurut Permana (2023), GCG yang

dijalankan dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas berkontribusi signifikan dalam menjaga reputasi serta keberlanjutan perusahaan perbankan di Indonesia. Selanjutnya, pelaksanaan CSR yang berkesinambungan menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik. Rui Coelho (2023) dan Fuadah (2021) menegaskan bahwa tanggung jawab sosial yang diintegrasikan dengan strategi bisnis mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan citra positif dan loyalitas pemangku kepentingan.

Penelitian ini tidak hanya mengkaji pengaruh faktor-faktor keuangan dan nonkeuangan terhadap nilai perusahaan, tetapi juga menyoroti bagaimana variabel-variabel tersebut membentuk persepsi pasar terhadap integritas dan keberlanjutan perusahaan. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi manajemen perbankan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam memperkuat praktik tata kelola yang baik, meningkatkan transparansi pelaporan, serta mendorong daya saing sektor perbankan Indonesia di tingkat global pada era pascapandemi.

Dengan dasar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh faktor-faktor *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, *profitabilitas*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI selama tahun 2021 sampai 2023. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah yang berharga sekaligus rekomendasi praktis bagi pengambil kebijakan dan pelaku industri perbankan, guna meningkatkan nilai dan daya saing perusahaan dalam pasar modal Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara principal (pemilik atau pemegang saham) dan agent (manajemen) yang diberi mandat mengelola perusahaan, relevan pada sektor perbankan karena potensi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976). Konflik ini muncul akibat *information asymmetry* dan perbedaan tujuan, sehingga manajemen bisa bertindak demi kepentingan sendiri. Untuk memitigasi konflik, diterapkan *Good Corporate Governance* (GCG) melalui mekanisme seperti dewan komisaris independen, komite audit, serta kepemilikan manajerial dan institusional agar manajer bertindak sesuai kepentingan pemegang saham, menurunkan biaya keagenan, dan meningkatkan nilai perusahaan (Saragih & Sihombing, 2021; Kurniasari & Bernawati, 2020; Harun & Hussainey, 2020). Profitabilitas mencerminkan efektivitas manajemen dalam menjalankan mandat, di mana laba tinggi menandakan efisiensi dan keberhasilan penerapan GCG (Anom & Bambang, 2019), sedangkan *Leverage* berfungsi sebagai disiplin eksternal karena kewajiban utang membatasi perilaku oportunistik manajer, meski tingkat *Leverage* yang berlebihan dapat menimbulkan konflik baru antara pemegang saham dan kreditur (Jensen, 1986; Zhang et al., 2020). Dengan demikian, GCG, profitabilitas, dan *Leverage* berperan sinergis dalam mengurangi konflik agensi serta meningkatkan nilai perusahaan di industri perbankan yang menuntut transparansi dan pengawasan tinggi (Indriyani & Asyuti, 2019).

Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Teori Pemangku Kepentingan menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak

terkait seperti karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas, dan lingkungan (Freeman, 1984). Perusahaan yang mampu mengelola hubungan baik dengan pemangku kepentingan akan memperoleh dukungan lebih luas, mengurangi risiko konflik, dan membangun reputasi positif, yang relevan dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial. CSR bukan sekadar filantropi, tetapi strategi bisnis untuk keberlanjutan dan penciptaan nilai bersama, meningkatkan kepercayaan, loyalitas, citra, serta kinerja keuangan perusahaan (Aguinis & Glavas, 2019). Di sektor perbankan, program CSR berkelanjutan bahkan dapat memperkuat loyalitas nasabah dan posisi kompetitif, sehingga meningkatkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan secara keseluruhan (Rui Coelho, 2023).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan saat ini maupun masa depan. Menurut Brigham dan Houston (2019), nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin melalui harga saham, di mana harga saham yang tinggi menunjukkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Sartono (2018) menambahkan bahwa nilai perusahaan menggambarkan kinerja keuangan secara menyeluruh, termasuk efisiensi aset, strategi pendanaan, dan kebijakan dividen. Keterkaitan ini sesuai dengan teori agensi, di mana tata kelola perusahaan dan kualitas laba dapat mengurangi konflik keagenan serta menyelaraskan kepentingan manajer dan pemegang saham (Intara, Sangwichitr, & Sattayarak, 2024; Parulian & Siregar, 2025). Penerapan Good Corporate Governance (GCG), kompensasi berbasis kinerja, dan transparansi pelaporan keuangan meningkatkan efisiensi manajerial, menurunkan biaya keagenan, dan memperkuat kepercayaan investor (Ross et al., 2021). Secara empiris, nilai perusahaan diukur melalui PBV, Tobin's Q, dan PER, yang mencerminkan penghargaan pasar terhadap ekuitas, efisiensi penggunaan aset, dan ekspektasi laba masa depan (Brigham & Houston, 2019). Dengan demikian, nilai perusahaan tinggi menandakan keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya secara efisien, menjaga reputasi, dan memenuhi kepentingan pemegang saham.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan.

Didasarkan pada definisi GCG sebagai kumpulan prinsip, mekanisme, dan proses yang pengelolaan perusahaan yang memastikan transparan, akuntabel, dan adil untuk melindungi kepentingan semua pemangku kepentingan, diukur melalui indikator seperti proporsi dewan komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional.

Nilai perusahaan, yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja, diukur dengan *Tobin's Q* (rasio nilai pasar terhadap nilai buku aset). Berdasarkan Teori Agensi, GCG mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham melalui pengawasan efektif, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.

Berbagai penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan bahwa penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Handayani dan Kusuma (2022) menemukan bahwa keberadaan komisaris independen yang proporsional serta komite audit yang berfungsi efektif mampu memperkuat mekanisme pengawasan perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan di sektor perbankan.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Wardani dan Setiawan (2023), yang menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik mendorong transparansi laporan keuangan, meningkatkan efisiensi manajerial, serta memperkuat kepercayaan investor. Sejalan dengan itu, studi oleh Intara, Sangwichitr, dan Sattayarak (2024) menegaskan bahwa penerapan GCG yang efektif berimplikasi pada peningkatan kualitas laba dan penurunan konflik keagenan antara pihak manajemen dan pemegang saham, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan.

Selain itu, penelitian Aras dan Crowther (2022) menunjukkan bahwa penerapan GCG secara konsisten mampu mengurangi perilaku oportunistik manajer serta memperbaiki disiplin dan reputasi perusahaan. Secara keseluruhan, hasil-hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa GCG merupakan elemen penting dalam membangun nilai perusahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Dengan demikian, hipotesis ini diperkirakan terdukung, dimana penerapan GCG yang kuat akan meningkatkan nilai perusahaan dengan menekan biaya keagenan dan memperkuat kepercayaan pasar, terutama di sektor perbankan yang memerlukan pengawasan ketat.

H_1 : *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan.

CSR sebagai dedikasi perusahaan untuk memikul tanggung jawab atas dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasinya, yang meliputi dimensi seperti kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, ketenagakerjaan, serta tanggung jawab produk.

CSR diukur melalui *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRI) sesuai standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Nilai perusahaan, yang dievaluasi dengan *Tobin's Q*, dipengaruhi oleh CSR karena praktik ini membentuk citra positif dan loyalitas para pemangku kepentingan. Menurut Teori *Stakeholder*, CSR memenuhi ekspektasi masyarakat dan investor yang peduli sosial, sehingga memperbaiki reputasi perusahaan dan nilai pasarnya.

Sejumlah penelitian memberikan bukti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Rahman dan Taufiq (2022) menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang lebih luas pada perusahaan perbankan meningkatkan kepercayaan investor, sehingga nilai perusahaan juga meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, Santoso, dan Hadi (2023) memberikan hasil serupa, di mana keterbukaan informasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat meningkatkan loyalitas pemangku kepentingan, memperkuat reputasi perusahaan, dan mendukung stabilitas nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Selanjutnya, penelitian Sultan dan Ratnadi (2025) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR secara signifikan mendorong peningkatan reputasi perusahaan perbankan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain oleh Sarwar, Al-Faryan, dan Saeed (2022) juga menekankan bahwa CSR berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, dan peningkatan kinerja tersebut pada akhirnya tercermin dalam nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Dengan demikian, berbagai temuan ini menggambarkan bahwa pelaksanaan CSR bukan hanya bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga strategi yang efektif untuk memperkuat nilai perusahaan di mata investor dan masyarakat. penerapan CSR yang efektif akan meningkatkan

nilai perusahaan dengan membangun kepercayaan sosial dan meminimalkan risiko reputasi, khususnya dalam industri perbankan.

H₂ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aset dan ekuitasnya, yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Nilai perusahaan, yang dievaluasi dengan *Tobin's Q*, dipengaruhi oleh *profitabilitas* karena indikator ini mencerminkan efisiensi pengelolaan dan potensi keuangan jangka panjang.

Menurut Teori Agensi, tingkat *profitabilitas* yang tinggi mengurangi ketegangan kepentingan dengan menunjukkan bahwa manajemen beroperasi sesuai dengan kepentingan pemegang saham, sehingga memperkuat kepercayaan investor.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *profitabilitas* memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Wardani dan Setiawan (2023) menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat *profitabilitas* tinggi cenderung memiliki nilai pasar yang lebih baik karena laba yang diperoleh menggambarkan efektivitas pengelolaan aset perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Faizal, Hidayat, dan Ningrum (2024) juga menunjukkan bahwa *profitabilitas* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dalam industri batu bara, di mana kemampuan menghasilkan laba yang stabil meningkatkan apresiasi investor.

Selain itu, penelitian Sari dan Nugraha (2022) mendukung temuan tersebut dengan menyatakan bahwa *profitabilitas* yang tinggi dapat mengurangi konflik antara manajemen dan pemegang saham, karena laba berfungsi sebagai indikator keberhasilan kinerja manajerial. Di sisi lain, penelitian Intara et al. (2024) mengungkapkan bahwa peningkatan kualitas laba yang merupakan salah satu bentuk *profitabilitas* yang baik berkontribusi pada penguatan nilai perusahaan melalui pengurangan konflik keagenan. Secara keseluruhan, berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa *profitabilitas* merupakan faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan.

Dengan demikian, didukung oleh teori agensi dan bukti empiris, hipotesis ini diperkirakan terbukti, di mana *profitabilitas* yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dengan menandai kinerja manajemen yang efisien dan prospek keuntungan yang menjanjikan.

H₃ : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Leverage sebagai proporsi penggunaan utang terhadap ekuitas, yang diukur melalui *Debt to Equity Ratio* (DER). Nilai perusahaan, yang dievaluasi dengan *Tobin's Q*, terpengaruh oleh *Leverage* karena tingkat utang yang tinggi meningkatkan risiko kebangkrutan dan ketegangan antara pemegang saham serta kreditur.

Menurut Teori Agensi, *Leverage* bertindak sebagai mekanisme disiplin eksternal, namun jika berlebihan, dapat menciptakan risiko yang menurunkan nilai perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian terdahulu, *leverage* terbukti memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun arah pengaruhnya dapat berbeda tergantung pada kondisi perusahaan dan tingkat risikonya. Ardiyanti dan Puspitasari (2025) menjelaskan bahwa *leverage* yang tinggi dapat menjadi alat disiplin bagi manajemen, karena kewajiban

pembayaran utang memaksa manajer untuk lebih mempertimbangkan keputusan keuangan mereka, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan jika dikelola dengan baik.

Sebaliknya, penelitian Sarwar, Al-Faryan, dan Saeed (2022) menunjukkan bahwa *leverage* memberikan pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan perbankan di Thailand, karena tingginya beban utang meningkatkan risiko keuangan dan dapat menurunkan nilai perusahaan.

Penelitian Wardani dan Setiawan (2023) juga memperlihatkan bahwa *leverage* yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan memperburuk hubungan antara kreditur dan pemegang saham, sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Dengan memperhatikan berbagai temuan tersebut, bahwa *leverage* memiliki peranan penting dalam memengaruhi nilai perusahaan, namun dampaknya sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola tingkat utangnya secara efektif.

Dengan mempertimbangkan risiko keuangan tersebut, hipotesis ini diperkirakan terbukti, di mana *Leverage* yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan melalui peningkatan risiko dan konflik keagenan di industri perbankan. Secara keseluruhan, hipotesis penelitian ini dibangun dari integrasi

H₄ : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk menguji pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Populasi penelitian mencakup seluruh bank konvensional dan digital di BEI, dengan sampel dipilih secara purposive berdasarkan konsistensi pencatatan, kelengkapan laporan tahunan dan keberlanjutan, serta ketersediaan data variabel penelitian, sehingga menghasilkan data yang valid dan relevan. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi laporan tahunan, laporan keberlanjutan, situs resmi BEI, dan publikasi Otoritas Jasa Keuangan, kemudian diolah menjadi data kuantitatif sesuai indikator masing-masing variabel, yakni GCG, CSR, profitabilitas, leverage, dan nilai perusahaan. Analisis data dilakukan secara inferensial menggunakan SPSS melalui tahapan deskriptif untuk melihat pola distribusi dan karakteristik data, uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria BLUE, analisis regresi linear berganda dan Moderated Regression Analysis untuk menguji pengaruh variabel independen serta interaksi dengan variabel moderator, dan uji hipotesis meliputi uji parsial, simultan, dan koefisien determinasi R² untuk menilai kemampuan variabel independen menjelaskan variabilitas variabel dependen (Sugiyono, 2022; Hair et al., 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024, dengan pemilihan sektor perbankan karena peran strategisnya sebagai lembaga penghubung transaksi keuangan dan karakteristik struktur modal serta regulasi yang berbeda. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan

tahunan dan laporan keberlanjutan dari situs resmi BEI dan website perusahaan. Sampel ditentukan melalui purposive sampling, yaitu perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan keberlanjutan lengkap, mengungkapkan informasi CSR, dan memiliki data mengenai mekanisme GCG, menghasilkan 20 perusahaan dengan total 60 observasi, dan setelah penghapusan 4 data outlier, sampel akhir menjadi 56 observasi. Variabel independen meliputi Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage, sedangkan variabel dependen adalah Nilai Perusahaan yang diukur melalui rasio pasar. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS untuk menguji pengaruh faktor tata kelola, tanggung jawab sosial, kinerja keuangan, dan struktur pendanaan terhadap nilai perusahaan, dengan tujuan memberikan informasi bagi investor dan evaluasi manajemen bank. Pemilihan sampel penelitian yang memenuhi kriteria dijelaskan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Keterangan Pemilihan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan perbankan yang terdaftar secara konsisten di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024.	47
2.	Perusahaan perbankan yang tidak menerbitkan laporan tahunan (annual report) di BEI selama periode 2022-2024	0
3.	Perusahaan perbankan yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan (sustainability report) di BEI selama periode 2022-2024	(23)
	Sampel yang memenuhi kriteria	24
	Jumlah sampel penelitian (24 x 3 tahun)	72
	Outlier	(8)
	Jumlah sampel keseluruhan	64

Hasil Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel penelitian disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GCG	64	2.500000000	0.800000000	0.4918913	1.213632554
CSR	64	2.905982906	0.837606837	0.55596196	1.519076968
Profitabilitas	64	-0.07875062	0.8357142857	0.0291327	0.1034097598
Leverage	64	0.259180148	13.56176935	5.436469600	2.891517791
Nilai Perusahaan	64	0.0010978367	4.808439052	1.333287427	1.142584214

Sumber : hasil olah data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 2, statistik deskriptif menunjukkan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Variabel Good Corporate Governance (GCG) memiliki nilai minimum 0,250 dan maksimum 0,800 dengan rata-rata 0,492 dan standar deviasi 0,121, menunjukkan penerapan GCG pada perusahaan perbankan berada pada kategori sedang dan relatif konsisten antar perusahaan. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki minimum 0,291, maksimum 0,838, rata-rata 0,556, dan standar deviasi 0,152, mengindikasikan transparansi tanggung jawab sosial yang memadai meski terdapat perbedaan antar perusahaan. Profitabilitas memiliki minimum 0,008, maksimum 0,836, rata-rata 0,029, dan standar deviasi 0,103, menunjukkan kemampuan bank menghasilkan laba cenderung rendah namun tetap positif, dengan variasi yang mencerminkan efisiensi dan kinerja operasional berbeda. Leverage memiliki minimum 0,259, maksimum 13,562, rata-rata 5,436, dan standar deviasi

2,892, mencerminkan struktur pendanaan yang sangat bervariasi antar bank, sesuai karakter pembiayaan berbasis pinjaman. Nilai perusahaan memiliki minimum 0,001, maksimum 4,808, rata-rata 1,333, dan standar deviasi 1,143, menunjukkan persepsi pasar yang beragam, di mana beberapa bank memperoleh pengakuan tinggi dari investor sementara lainnya masih rendah.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Central Limit Theorem (CLT), yang menyatakan bahwa apabila jumlah sampel lebih dari 30, distribusi data cenderung mendekati normal sehingga analisis statistik parametrik tetap dapat diterapkan. Dengan jumlah sampel sebanyak 64, penelitian ini telah memenuhi ketentuan CLT. Selain itu, pemeriksaan grafik Normal P-Plot menunjukkan penyebaran residual yang relatif mengikuti garis diagonal tanpa adanya penyimpangan ekstrem, sehingga residual dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas secara praktis dan model regresi linear berganda dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi antarvariabel independen, dengan tolok ukur Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), di mana model regresi yang baik seharusnya memiliki Tolerance > 0,1 dan VIF < 10; hasil pengujian menunjukkan tidak terdapat multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan koefisien korelasi Spearman's Rho menunjukkan bahwa sebagian besar variabel tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, kecuali variabel leverage yang terindikasi adanya ketidaksamaan varian residual. Sementara itu, uji autokorelasi dengan Durbin-Watson menghasilkan nilai 1,972, yang berada dalam rentang ambang sehingga tidak terdapat gejala autokorelasi, menandakan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik secara umum meskipun terdapat keterbatasan pada variabel leverage.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda untuk variabel penelitian disajikan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B (Unstandardized)	Std. Error	Beta (Standardized)	t	Sig.	Keterangan
Constant	1.764	0.914	-	1.931	0.058	
GCG	1.039	1.224	0.110	0.849	0.400	H ₁ ditolak
CSR	-0.424	0.936	-0.056	-0.453	0.652	H ₂ ditolak
Profitabilitas	-0.391	1.323	-0.035	-0.296	0.769	H ₃ ditolak
Leverage	-0.128	0.053	-0.324	-2.433	0.018	H ₄ diterima
F _{stat}	2.881					
F _{sig}					0,003 ^b	
R ²	0.160					
AdjR ²	0.103					

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2026)

Melihat nilai unstandardized coefficients Beta di atas, maka dapat ditentukan persamaan Regresi Linear Berganda yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 1,764 + 1,039 \text{ GCG} - 0,424 \text{ CSR} - 0,391 \text{ Profitabilitas} - 0,128 \text{ Leverage}.$$

Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,764 mengindikasikan bahwa jika variabel GCG, CSR, Profitabilitas, dan Leverage bernilai nol, Nilai Perusahaan diprediksi

sebesar 1,764. Koefisien GCG sebesar 1,039 positif, artinya setiap peningkatan GCG satu satuan cenderung meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 1,039 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Sebaliknya, koefisien CSR, Profitabilitas, dan Leverage bertanda negatif masing-masing $-0,424$, $-0,391$, dan $-0,128$, yang menunjukkan bahwa peningkatan variabel-variabel tersebut cenderung menurunkan Nilai Perusahaan, meskipun pengaruh CSR perlu diperhatikan kembali berdasarkan signifikansinya.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasilnya menunjukkan bahwa Good Corporate Governance (GCG) memiliki nilai signifikansi $0,400 > 0,05$, Corporate Social Responsibility (CSR) $0,652 > 0,05$, dan profitabilitas $0,769 > 0,05$, sehingga ketiganya tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara itu, leverage memiliki nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ dengan t sebesar $-2,433$, menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengujian secara simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa keempat variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi $0,033 < 0,05$. Koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,103 atau 10,3% menunjukkan bahwa variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh Good Corporate Governance, CSR, profitabilitas, dan leverage sebesar 10,3%, sedangkan 89,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Pada pengujian variabel *Good Corporate Governance* (GCG) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,400 yang lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa GCG tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu hipotesis pertama (H1) ditolak. Penemuan ini menunjukkan bahwa mekanisme tata kelola yang diterapkan dalam perusahaan perbankan belum dapat berfungsi sebagai faktor penentu dalam meningkatkan cara pandang pasar terhadap nilai perusahaan.

Dalam pandangan teori, berdasarkan teori agensi, GCG seharusnya berfungsi sebagai alat pengawasan untuk mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham dengan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan GCG pada perusahaan perbankan tidak memberikan efek langsung terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa disebabkan oleh karakteristik perusahaan perbankan yang dipengaruhi oleh regulasi ketat dari OJK, sehingga praktik GCG menjadi relatif sama di antara bank dan tidak lagi menjadi pembeda utama bagi para investor.

Hasil penelitian ini tidak mendukung temuan Handayani dan Kusuma (2022) serta Wardani dan Setiawan (2023) yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan lewat efektivitas pengawasan dan transparansi laporan keuangan. meski demikian hasil ini dapat dijelaskan bahwa investor lebih memusatkan perhatian pada kinerja keuangan yang faktual ketimbang struktur tata kelola formal. Oleh karena itu, meskipun GCG penting dalam hal kepatuhan, dampaknya terhadap nilai perusahaan cenderung bersifat jangka panjang dan tidak langsung terlihat pada harga saham selama periode penelitian.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pada pengujian terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,652 yang lebih tinggi dari 0,05 ($> 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa CSR tidak memberikan dampak signifikan pada nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H2) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR di perusahaan perbankan masih belum berhasil meningkatkan pengakuan investor terhadap nilai perusahaan.

Menurut teori pemangku kepentingan, CSR seharusnya menjadi alat bagi perusahaan dalam membangun relasi yang kuat dengan para pemangku kepentingan, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Namun, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pasar modal di Indonesia, terutama pada sektor perbankan, lebih berfokus pada informasi finansial daripada informasi yang bersifat nonkeuangan. Aktivitas CSR di sektor perbankan yang umumnya bersifat amal dan pemenuhan regulasi membuat pengaruhnya terhadap keputusan investasi menjadi kurang signifikan.

Temuan ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rahman dan Taufiq (2022) serta Kurniawati et al. (2023) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini mungkin disebabkan oleh variasi periode penelitian, metode pengukuran CSR yang digunakan, serta karakteristik investor yang belum sepenuhnya menganggap aspek keberlanjutan sebagai faktor utama dalam menilai saham perbankan.

Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Pada pengujian variabel *profitabilitas* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,769 lebih besar dari 0,05 ($>0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba belum mampu menjadi faktor yang menentukan peningkatan nilai perusahaan pada periode penelitian.

Berdasarkan Teori Agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976), *profitabilitas* seharusnya menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam menjalankan amanah pemegang saham. Laba yang tinggi mencerminkan efisiensi operasional serta efektivitas pengelolaan aset, sehingga seharusnya memberikan sinyal positif kepada investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan belum tentu langsung direspons oleh pasar dalam bentuk kenaikan nilai perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor lain seperti kondisi makroekonomi, persepsi risiko industri perbankan, maupun kebijakan internal perusahaan yang memengaruhi kepercayaan investor.

Hasil penelitian ini tidak mendukung temuan Wardani dan Setiawan (2023) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena laba yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat nilai pasar perusahaan. Selain itu, hasil ini juga berbeda dengan penelitian Faizal, Hidayat, dan Ningrum (2024) yang menemukan bahwa *profitabilitas* memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri tertentu. Penelitian Sari dan Nugraha (2022) juga menyatakan bahwa *profitabilitas* yang tinggi dapat mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan transparansi serta kualitas kinerja manajerial.

Perbedaan hasil penelitian ini dimungkinkan terjadi karena karakteristik sektor perbankan yang memiliki struktur pendapatan dan risiko yang berbeda dibandingkan sektor lain. Dalam industri perbankan, laba tidak hanya dipengaruhi oleh efisiensi operasional, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti tingkat suku bunga, kebijakan moneter, serta kualitas kredit. Oleh karena itu, meskipun perusahaan memiliki tingkat *profitabilitas* yang tinggi, investor mungkin tetap mempertimbangkan risiko lain sebelum meningkatkan penilaian terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Pada pengujian variabel *leverage*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,018 yang kurang dari 0,05 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat (H4) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa struktur pendanaan perusahaan yang tercermin dari tingkat penggunaan utang memiliki peranan dalam memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Teori Agensi, *leverage* dapat berfungsi sebagai mekanisme disiplin eksternal bagi manajemen. Jensen (1986) dalam konsep Free Cash Flow Hypothesis menjelaskan bahwa keberadaan utang akan menekan manajer untuk lebih efisien dalam menggunakan dana karena adanya kewajiban pembayaran bunga dan pokok utang. Dengan demikian, penggunaan *leverage* pada tingkat yang optimal dapat mengurangi perilaku oportunistik manajer serta meningkatkan kinerja perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Ardiyanti dan Puspitasari (2025) yang menyatakan bahwa *leverage* dapat menjadi alat pengendalian eksternal yang efektif dalam menekan konflik keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan apabila dikelola secara optimal. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan pandangan Wardani dan Setiawan (2023) yang menyebutkan bahwa struktur modal memiliki peranan dalam memengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan tingkat risiko dan strategi pendanaan perusahaan.

Namun demikian, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan juga harus dipahami secara proporsional. Seperti yang dijelaskan oleh Sarwar et al. (2022), *leverage* yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan dan berpotensi menurunkan kinerja perusahaan apabila tidak diimbangi dengan manajemen risiko yang baik. Oleh karena itu, pengaruh signifikan *leverage* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pasar merespons struktur utang perusahaan sebagai sinyal penting dalam menilai stabilitas dan prospek jangka panjang perusahaan perbankan.

Dalam konteks sektor perbankan, penggunaan dana pihak ketiga memang merupakan karakteristik utama industri. Namun demikian, tingkat *leverage* yang terkontrol dan sesuai dengan ketentuan permodalan tetap menjadi indikator kesehatan keuangan perusahaan. Investor cenderung menilai bahwa struktur modal yang dikelola secara efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Hasil regresi

menunjukkan bahwa secara simultan keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, meskipun hanya Leverage yang secara parsial terbukti berpengaruh signifikan, sedangkan GCG, CSR, dan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa struktur pendanaan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor, sementara tata kelola, tanggung jawab sosial, dan laba perusahaan belum menjadi penentu langsung nilai perusahaan dalam periode penelitian. Penelitian ini terbatas pada sektor perbankan dan periode tiga tahun, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk sektor lain atau jangka panjang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas objek dan periode penelitian serta menambahkan variabel lain seperti pertumbuhan perusahaan, ukuran, likuiditas, kebijakan dividen, dan kinerja keberlanjutan agar analisis lebih komprehensif.

5. REFERENCES

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2019). On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work. *Journal of Management*, 45(3), 1057–1086. <https://doi.org/10.1177/0149206317691575>
- Aiken, L. S., & West, S. G. (2021). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Sage Publications.
- Anom, I. G. A., & Bambang, S. (2019). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Aras, G., & Crowther, D. (2022). *Corporate governance and accountability in modern organizations*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/9781800712871>
- Ardiyanti, E., & Puspitasari, E. (2025). The effect of profitability, leverage, liquidity, capital intensity, and corporate social responsibility on tax avoidance. *Journal of Accounting Research*.
- Arifin, Z. (2023). Struktur modal dan implikasinya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Indonesia*.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). *Analisis regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis*. Rajawali Pers.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Faizal, M., Hidayat, T., & Ningrum, R. (2024). Pengaruh GCG, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan batu bara BEI (2020–2022). *Jurnal Akuntansi dan Investasi*.
- Firdaus, R., & Haryati, S. (2024). Pengaruh good corporate governance dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. (2021). GRI standards. <https://www.globalreporting.org/standards/>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2020). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Handayani, R., & Kusuma, H. (2022). Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Indarwati, N. (2024). Pengaruh GCG, profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2018–2022. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Indriyani, E., & Asytuti, R. (2019). Implementasi good corporate governance dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan perbankan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Intara, N., Sangwichitr, P., & Sattayarak, O. (2024). Earnings quality and firm value: Does corporate governance matter? *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.
- Isnaeni, R., Prasetyo, A., & Rahmawati, D. (2021). Agency theory perspective in corporate governance and firm value. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*.
- Karinda, P. (2018). Peran good corporate governance dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan*. Rajawali Pers.
- Kristin, D., & Anik, S. (2025). Pengaruh GCG, CSR, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.
- Kurniasari, D., & Bernawati, Y. (2020). Corporate governance mechanisms and firm value: Evidence from Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Kurniawati, D., Santoso, B., & Hadi, S. (2023). Environmental and social responsibility disclosure and its impact on stakeholder loyalty. *Sustainability*.
- Lisda, R. (2019). Analisis uji asumsi klasik dalam model regresi. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*.
- Parulian, T., & Siregar, S. (2025). Good corporate governance and firm value: Empirical evidence from Indonesian banking sector. *International Journal of Economics and Management Studies*.
- Permana, A. (2023). Peran dewan pengawas syariah dalam memperkuat good corporate governance perbankan syariah. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia*.
- Rafi, M., Hidayat, A., & Sari, D. (2021). Profitability and firm value: Evidence from Indonesian listed companies. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Rahman, A., & Taufiq, M. (2022). Corporate social responsibility disclosure and firm value: Evidence from Indonesian banking sector. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.

- Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. D. (2021). *Fundamentals of corporate finance*. McGraw-Hill Education.
- Sari, L., & Nugraha, B. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan konflik keagenan sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Sarwar, S., Al-Faryan, M., & Saeed, R. (2022). The impact of corporate governance and financial leverage on the performance of local Thai banks using CSR as a mediator. *Journal of Financial Reporting and Accounting*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2023). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Sella Prasisca, M., & Sembiring, E. (2024). Analisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sultan, M., & Ratnadi, N. (2025). The effect of CSR and GCG disclosure on reputation of banking companies listed on IDX. *Asian Journal of Accounting Research*.
- Wardani, D. K., & Setiawan, R. (2023). Good corporate governance, profitability, and firm value in Indonesian listed companies. *International Journal of Business and Management*.
- World Business Council for Sustainable Development. (2021). *Corporate social responsibility framework*.
- Zhang, Y., Chen, H., & Lee, C. (2020). Financial leverage and firm value: Evidence from emerging markets. *Emerging Markets Review*, 45, 100720. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100720>
- Zurriah, R., & Sembiring, R. (2020). Struktur modal dan nilai perusahaan: Studi empiris pada perusahaan perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Keuangan*