Journal of Management and Creative Business
Volume 4 Nomor 4 Oktober 2026
e-ISSN: 2962-1119; p-ISSN: 2962-0856, Hal. 1125-1134
DOI: https://doi.org/10.30640/jmcbus.v4i4.8064
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berbasis *Tri Hita Karana* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi

Gst. Ayu Rara Martia Damayanti[1*], Dian Indri Purnamasari[2], Retno Yuliati[3]
[1-3]Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Yogyakarta, Indonesia
**Penulis Korespondensi: raradamayanti20@gmail.com*

Abstract. *This study aims to analyze the effect of Tri Hita Karana-based Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on firm value, the effect of Good Corporate Governance (GCG) on firm value, and the role of GCG in moderating the relationship between Tri Hita Karana-based CSR and firm value. This study employed a quantitative approach using a survey method. The research population consisted of all 30 employees of Villa Bugis, and the entire population was used as the sample through a saturated sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, and Moderated Regression Analysis (MRA) with the assistance of SPSS software. The results indicate that Tri Hita Karana-based Corporate Social Responsibility has a positive and significant effect on firm value. Good Corporate Governance also has a positive and significant effect on firm value. However, Good Corporate Governance is unable to moderate the relationship between Tri Hita Karana-based Corporate Social Responsibility and firm value. The findings suggest that the implementation of CSR based on local wisdom values and the application of Good Corporate Governance can enhance firm value.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Firm Value; Good Corporate Governance; Moderation; Tri Hita Karana.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis *Tri Hita Karana* terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan, serta peran GCG dalam memoderasi hubungan antara CSR berbasis *Tri Hita Karana* dan nilai perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh karyawan Villa Bugis yang berjumlah 30 orang dan seluruh populasi dijadikan sampel dengan teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, *Good Corporate Governance* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana* dan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR yang didasarkan pada nilai-nilai kearifan lokal serta penerapan tata kelola perusahaan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility; Good Corporate Governance; Moderasi; Nilai Perusahaan; Tri Hita Karana.

1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan utama setiap perusahaan karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan serta menjadi pertimbangan bagi investor dalam menanamkan modalnya. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Di Bali, implementasi CSR

Naskah Masuk: 22 Juli 2026; Revisi: 12 Agustus 2026; Diterima: 18 September 2026; Terbit: 02 Oktober 2026

dapat diintegrasikan dengan nilai kearifan lokal, yaitu *Tri Hita Karana* yang menekankan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan (parahyangan), manusia dengan sesama (pawongan), dan manusia dengan lingkungan (palemahan). Konsep ini diharapkan mampu menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selain CSR, penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. GCG merupakan sistem tata kelola yang menekankan prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran. Penerapan GCG yang baik akan meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana* terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, serta peran *Good Corporate Governance* dalam memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

2. TINJAUAN LITERATUR

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perusahaan untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan, masyarakat lokal maupun masyarakat secara keseluruhan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 Ayat (3).

Kotler dan Lee (2005) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik serta kontribusi sumber daya yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga bertanggung jawab terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya.

Dalam penelitian ini, pelaksanaan CSR dikaitkan dengan konsep *Tri Hita Karana* yang menekankan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan (*parahyangan*), manusia dengan sesama manusia (*pawongan*), dan manusia dengan lingkungan (*palemahan*).

Penerapan CSR berbasis *Tri Hita Karana* diharapkan mampu meningkatkan citra perusahaan dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG)

Menurut World Bank, *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan sekumpulan hukum, peraturan, dan kaidah yang wajib dilaksanakan untuk mendorong kinerja perusahaan menjadi lebih efisien sehingga mampu menciptakan nilai ekonomi dalam jangka panjang bagi pemegang saham maupun masyarakat.

Dianawati dan Fuadati (2016) mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai suatu struktur yang mengatur hubungan antara dewan komisaris, direksi, dan pemegang saham melalui sistem pengawasan dan keseimbangan kewenangan dalam mengendalikan perusahaan. Penerapan GCG bertujuan untuk meminimalisasi kesalahan pengelolaan dan penyalahgunaan aset perusahaan serta mendorong terciptanya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan perusahaan.

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* meliputi transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), responsibilitas (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*). Penerapan prinsip-prinsip tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin melalui harga pasar saham perusahaan. Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008), nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran pemegang saham.

Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa enterprise value atau firm value merupakan konsep penting bagi investor karena menjadi indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Sementara itu, Wahyudi (2005) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Pada dasarnya tujuan utama manajemen keuangan adalah memaksimumkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan berbagai strategi, termasuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*, untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility Berbasis Tri Hita Karana terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan memperoleh dukungan dan pengakuan dari masyarakat. Implementasi *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana* menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kondisi tersebut akan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Melawati dan Rahmawati (2022) serta Erlangga et al. (2021) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1: *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan *Good Corporate Governance* yang baik dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan perusahaan, mengurangi konflik keagenan, serta meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan investor, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Penelitian Karina dan Setiadi (2020) serta Fatoni (2020) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Peran Good Corporate Governance dalam Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan *Good Corporate Governance* diharapkan mampu memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan program CSR. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa GCG belum mampu memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian Saputra (2023) serta Karina dan Setiadi (2020), maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3: *Good Corporate Governance* tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana* terhadap nilai perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh karyawan Villa Bugis yang berjumlah 30 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan sampling jenuh, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* berbasis *Tri Hita Karana*, variabel dependen adalah nilai perusahaan, dan variabel moderasi adalah *Good Corporate Governance*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji F, uji t, serta *Moderated Regression Analysis* (MRA).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	13	43,3 %
2	Perempuan	17	56,7 %
Jumlah		30	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki – laki dalam penelitian ini adalah sebanyak 13 orang atau 43,3%, sedangkan jumblah responden perempuan dalam penelitian ini adalah sebanyak 17 orang atau 56,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan adalah kelamin Perempuan.

Untuk mengetahui proporsi rentang usia responden di dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	>35 tahun	5	16,7%
2	25 tahun – 35 tahun	15	50%
3	<25 tahun	10	33,3%
Jumlah		30	100

Tabel diatas menunjukkan responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia sekitar 25 tahun sampai 35 tahun sebanyak 15 orang atau 50 %, sedangkan responden dengan usia diatas 35 tahun yakni sebanyak 15 orang atau 16,7 %, dan responden dengan usia dibawah 25 tahun yakni sebanyak 10 orang atau 33,3 %.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan derajad konsisten dan stabilitas data atau temuan (Sugiono, 2019:326). suatu data dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,5. Hasil uji reliabilitas penelitian ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.765	.779	16

Sumber: data primer diolah (2023)

Tabel reliability statistic menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach pada setiap variabel tersebut lebih besar dari 0,05 (0,765). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019:361). Hasil uji validitas penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Nilai Factor Loading.

Variabel	Factor Loading
CS	0,473 – 0,746
GC	0,707 – 0,885
NP	0,563 – 0,788

Tabel diatas menunjukan bahwa nilai factor dan loading CS, GC, dan NP > 0,4. Namun, Kuesioner CS2, CS3, CS4, CS6, GC2, dan GC5 memiliki factor loading < 0,4 sehingga factor loading tersebut dibuang. Jika factor loading > 0,4 maka data tersebut dikatan valid. Variabel CS, GC, dan NP dinyatakan valid setelah beberapa kuesioner yang kurang dari 0,4 dibuang.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Koefisien Determinasi

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.727[a]	.528	.493	1.61299	1.797

a. Predictors: (Constant), TOT_CS, TOT_GC
b. Dependent Variable: TOT_NP

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil perhitungan menggunakan program SPSS versi 23.0 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,493. Hal ini berarti sebesar 49,3% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel CSR dan GCG dan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi nilai koefisien korelasi berganda sehingga diketahui apakah secara simultan antara seluruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama sama mempengaruhi variabel terikat (Y). hasil uji F ditentukan pada Tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F).

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	78.553	2	39.277	15.096	.000[b]
	Residual	70.247	27	2.602		
	Total	148.800	29			

a. Dependent Variable: TOT_NP
b. Predictors: (Constant), TOT_CS, TOT_GC

Tabel annova diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi fit (layak). Hal ini membuktikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan.

c. Hasi Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji signifikasi masing – masing koefisien regresi sehingga diketahui apakah masing – masing variabel independent berpengaruh terhdap variabel dependen. Hasil uji t ditunjukkan pada Tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.515	2.363		1.911	.067		
	TOT_GC	.659	.261	.416	2.524	.018	.643	1.555
	TOT_CS	.843	.350	.397	2.405	.023	.643	1.555

a. Dependent Variable: TOT_NP

Tabel 7. menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$y = a + bx_1 + bx_2$

NP= 4,515 + 0,659GC + 0,843CS

Tabel Coefficients menujukan bahwa variable CS dan GC berpengaruh terhadap NP karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial variabel CSR dan GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Analisi Regresi Dengan Variabel Moderasi

Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi

Tabel 8. Hasil Uji Moderasi dengan Moderated Regression Analysis (MRA).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.130	20.852		.150	.882
	TOT_CS	1.078	3.535	.507	.305	.763
	TOT_GC	.784	1.890	.495	.415	.682
	CSXGC	-.021	.315	-.170	-.067	.947

a. Dependent Variable: TOT_NP

$y = a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_1*x_2+e$

NP = 3,130+1,078CS+0,784GC-0,021CS*GC

Tabel Coefficients menunjukkan bahwa variabel CS dan GC tidak berpengaruh terhadap NP karena nilai signifikansi > 0,05. karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel Good Corporate Government tidak mampu mempengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis *Tri Hita Karana* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, *Good Corporate Governance* (GCG) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil pengujian variabel moderasi menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak mampu memoderasi atau mempengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG), tetapi juga menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Kedua, penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel moderasi lain dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, seperti leverage, ukuran perusahaan (*firm size*), profitabilitas, atau variabel lainnya yang relevan. Ketiga, penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan periode pengamatan yang lebih panjang sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas. Keempat, penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan pihak lain dalam menentukan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai bahan pemeriksaan dan evaluasi kembali terhadap hasil penelitian yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2024). Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 8*(2), 114–128.

Agustini, I. G. A. D. (2024). *Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi di sektor consumer non-cyclicals* [Tugas akhir, Politeknik Negeri Bali].

Astuti, P. A., Chomsatu, Y., & Astungkara, A. (2022). *Corporate social responsibility*, *corporate governance*, dan *corporate risk disclosure* terhadap nilai perusahaan. *AFRE Accounting and Financial Review, 5*(1), 11–19. https://doi.org/10.26905/afr.v5i1.7072

Erlangga, C. M., Fauzi, A., & Sumiati, A. (2021). Penerapan *green accounting* dan *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi, 14*(1), 61–78. https://doi.org/10.15408/akt.v14i1.20749

Fatoni, H. A. (2020). *Pengaruh good corporate governance (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi* [Skripsi/tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].

Hadyarti, V., & Mahsin, T. M. (2020). *Corporate social responsibility* (CSR) dan *good corporate governance* (GCG) sebagai indikator dalam menilai nilai perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies, 13*(1), 17–33. https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i1.6819

Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana (JRAMB), 6*(1), 37–49. https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054

Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. *Akuntabel, 17*(1), 15–26.

Lestari, A. D., & Zulaikha, Z. (2021). Pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan: Kajian empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Diponegoro Journal of Accounting, 10*(3), 1–12.

Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh *green accounting* dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan: Profitabilitas sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 11*(5), 1–16. https://doi.org/10.7454/jabt.v5i1.1040

Mipo. (2022). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai *moderating variable* pada perusahaan manufaktur di BEI. *Owner*, *6*(1). https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.614

Narayana, I. P. L., & Wirakusuma, M. G. (2021). Pengungkapan CSR pada nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, *31*(4), 862–879. https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i04.p06

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.

Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, *7*(1), 136–156. https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146

Saputra, M. H. C. (2023). *Pengaruh penerapan green accounting dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi: Studi kasus perusahaan sektor pertambangan di BEI*," 2023.