

## Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020

Yurike Yana Dwi Indrawati<sup>1</sup>, Erna Sulistyowati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

Email: [ernas.ak@upnjatim.ac.id](mailto:ernas.ak@upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [18013010040@student.upnjatim.ac.id](mailto:18013010040@student.upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Dalam kondisi pandemi *COVID-19* yang masih terus berkelanjutan, berpengaruh pada perusahaan dimana harus lebih meningkatkan kinerja perusahaan dan berhati-hati dalam memimpin yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kinerja perusahaan harus ditingkatkan, hal tersebut dikarenakan dapat mempengaruhi nilai pasar perusahaan dan investor dalam melakukan penanaman investasi. Pada dasarnya tujuan *good corporate governance* adalah untuk menciptakan sistem pengendalian (*check*) dan keseimbangan (*balance*) dalam upaya mencegah penyalahgunaan sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, profitabilitas, *corporate social responsibility*, dan *good corporate governance*. Dalam metode penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif. Nilai *t*-statistik CSR yang dihasilkan lebih besar dari *t*-tabel yaitu  $4,057 > 1,96$  dengan *p*-values lebih kecil dari  $\alpha$  (alpha) yaitu  $0,000 < 0,05$  maka dapat diartikan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah signifikan. Dengan demikian hipotesa nol ditolak, sehingga *corporate social responsibility* memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian *Good corporate governance* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *good corporate governance* mampu menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena jika *good corporate governance* semakin baik maka akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham yang mengakibatkan nilai perusahaan juga semakin baik.

**Kata Kunci:** *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility.*

### Abstract

In the condition of the ongoing *COVID-19* pandemic, it affects the company which must further improve the company's performance and be careful in leading which can affect the company's value. The company's performance must be improved, this is because it can affect the market value of the company and investors in making investments. Basically the purpose of good corporate governance is to create a control system (*check*) and balance (*balance*) in an effort to prevent company resources and still be able to encourage company growth from the description, the factors that can affect the value of the company. , dividend policy, profitability, corporate social responsibility, and good corporate governance. In this research method, the type of research used is descriptive quantitative research method. The CSR *t*-statistic value generated is greater than the *t*-table i.e.  $4.057 > 1.96$  with *p*-values smaller than (alpha) i.e.  $0.000 < 0.05$ , it can be interpreted that the effect of corporate social

responsibility on firm value is significant. . Thus the hypothesis is not rejected, so that corporate social responsibility has a negative and significant effect on firm value. results Based on the analysis of research Good corporate governance has a significant negative effect on firm value. This shows that good corporate governance is a factor that affects the value of the company if good corporate governance will have a good impact on stock prices resulting in increased company value.

**Keywords:** *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility.*

## PENDAHULUAN

Dalam kondisi pandemi *COVID-19* yang masih terus berkelanjutan, berpengaruh pada perusahaan dimana harus lebih meningkatkan kinerja perusahaan dan berhati-hati dalam memimpin yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kinerja perusahaan harus ditingkatkan, hal tersebut dikarenakan dapat mempengaruhi nilai pasar perusahaan dan investor dalam melakukan penanaman investasi. Baik buruknya performa perusahaan akan berdampak terhadap nilai pasar perusahaan dan juga mempengaruhi minat investor untuk menanam atau menarik investasinya dari sebuah perusahaan (Fatmawati, 2018).

Krisis ekonomi ditahun 1997 awal mula *good corporate governance* banyak dibicarakan dan mulai diterapkan di Asia, krisis yang melanda sebagian besar wilayah dunia juga negara-negara di Asia Timur termasuk Indonesia dikarenakan masalah fundamental yang ada dalam struktur ekonomi tiap negara (Hapsari, 2018). Penyebab krisis ekonomi dapat diakibatkan dari aspek internal maupun eksternal seperti kurangnya pengawasan didalam kelembagaan, keputusan investasi yang kurang sesuai dan kurangnya pengawasan yang dilakukan terhadap direksi perusahaan yang seharusnya menjadi tanggung jawab dari Dewan Komisaris.

Penerapan *good corporate governance* dapat membantu perusahaan untuk terhindar dari risiko keuangan akibat pengelolaan yang buruk (Mahendra, 2021). Pada dasarnya prinsip-prinsip dasar dari *good corporate governance* memiliki tujuan yaitu supaya kinerja suatu industri memiliki kemajuan yang lebih condong pada serangkaian pola perilaku industri yang diukur dengan kinerja, pertumbuhan, struktur pembiayaan. Selain meningkatkan kinerja perusahaan diperlukan perusahaan yang aman tentram dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal seperti masyarakat agar tidak merugikan satu sama lain. Pada perusahaan manufaktur sektor industri tentunya mengeluarkan hasil produksi yaitu limbah. Apabila dalam pengelolaan limbah buruk maka akan berdampak pada pencemaran di lingkungan sekitar, dan dapat mempengaruhi kenyamanan masyarakat terhadap lingkungan.

Selain *good corporate governance*, hal yang dapat mempengaruhi turunnya nilai perusahaan *corporate social responsibility* (M. & Denies Priantinah M.Si., 2012). Beberapa tahun belakangan ini perusahaan-perusahaan semakin sadar akan pentingnya penerapan dari program *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnis yang diterapkannya (Hapsari, 2018). *Corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Tujuan setiap entitas/perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan di bursa untuk perusahaan go public (Meydika, Handayani, & Sri Lastuti, 2016). Dengan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut maka akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan (Yuliyanti, 2019).

Judul penelitiannya yaitu Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social*

*Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS. Hasil dalam penelitian ini yaitu *good corporate governance* (GCG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh yang positif, namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Teori agensi ini pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori agensi sendiri merupakan teori yang menunjukkan adanya keterkaitan antara pihak yang menyerahkan kuasa (pemegang saham/*shareholder*) dengan pihak yang diberi kuasa (pengelola/*agent*) dimana adalah kesepakatan oleh pemegang saham agar dapat bergerak untuk keperluan pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976). Perusahaan biasanya dipandang sebagai sekumpulan kontrak antara manajer perusahaan dan pemegang saham (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016).

Hubungan keagenan terjadi karena adanya kontrak antara manajer (*agent*) dengan pemilik atau pemegang saham (*principal*) (Jensen & Meckling, 1976). Apabila agen tidak berbuat sesuai dengan kepentingan *principal*, akan muncul konflik keagenan (Arianti & Putra, 2018). Menurut *theory of the firm* tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005). Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti kebijakan hutang, *leverage*, *good corporate governance* (GCG), *corporate social responsibility* (CSR), dan lain-lain. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor *good corporate governance* (GCG), *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Tujuan dari tata kelola perusahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua yang terlibat dan tertarik. Pada dasarnya tujuan *good corporate governance* adalah untuk menciptakan sistem pengendalian (*check*) dan keseimbangan (*balance*) dalam upaya mencegah penyalahgunaan sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, profitabilitas, *corporate social responsibility*, dan *good corporate governance*.

## **METODE**

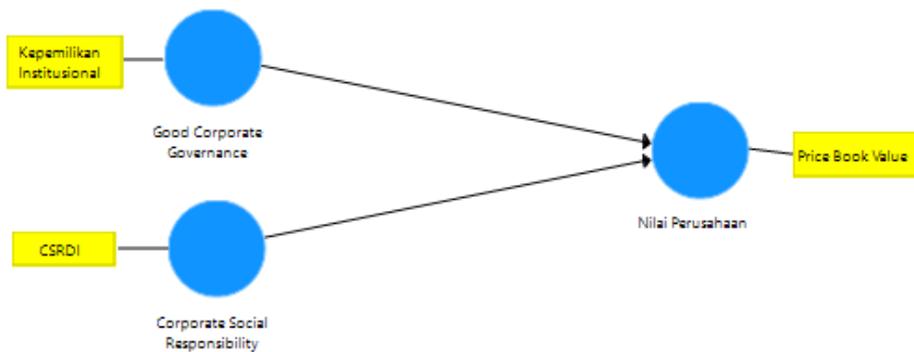
Dalam metode penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:14) metode penelitian kuantitatif bisa diartikan seperti metode penelitian yang berdasarkan ambang paham positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun 2 (dua) variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent*) yaitu *good corporate governance* ( $X_1$ ) dan *corporate social responsibility* ( $X_2$ ) dan variabel terikat (*dependen*) yaitu nilai perusahaan ( $Y$ ).

Definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari suatu obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:61). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau secara tertulis (Sugiyono, 2016:193). Data sekunder dapat diperoleh dari artikel ilmiah, jurnal, website, maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Dengan menggunakan metode uji analisis deskriptif. Kemudian untuk Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan bantuan *software Smart PLS 3*. Analisis PLS-SEM pada umumnya terdiri dari dua sub model, yakni model pengukuran (*measurement model*) atau disebut dengan *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau disebut sebagai *inner model*. Menurut (Ghozali, 2015:7).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis data yang digunakan adalah metode SEM berbasis PLS dengan menggunakan *software SmartPLS 3.3.9*. Analisis terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Gambar 4.1 menunjukkan permodelan dalam diagram jalur menggunakan SmartPLS dalam penelitian ini.



**Gambar 4.1 Hasil Output PLS Algorithm**

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.3.9)

### Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### Validitas Konvergen

Suatu indikator dapat dikatakan valid apabila *loading factor* suatu indikator lebih besar dari 0,7 dan bernilai positif. Berikut uji validitas konvergen pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen**

	Loading Factor	Keterangan
X1	1.000	Valid
X2	1.000	Valid
Y	1.000	Valid

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.3.9)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai semua variabel diatas lebih dari 0,7 yang berarti nilai loading factor variabel penelitian dapat diterima

#### Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dinilai berdasarkan nilai *cross loading*. Suatu indikator dapat dikatakan valid apabila *cross loading* suatu indikator lebih besar dari 0,7 dan bernilai positif. Berikut uji validitas diskriminan dibawah ini:

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Diskriminan**

	X1	X2	Y
X1	1.000		
X2	-0.131	1.000	
Y	-0.187	-0.097	1.000

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.3.9)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai semua variabel diatas memiliki nilai diatas 0,7, hal ini berarti semua konstruk mempunyai validitas diskriminan yang baik.

### Model Struktural (Inner Model)

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai prediksi dalam koefisien determinasi dengan menggunakan nilai 0,67 berarti kuat, nilai 0,33 berarti moderat, nilai 0,19 berarti lemah. Berikut hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dibawah ini:

**Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Pengujian Model Struktural		Hasil	Keterangan
Kriteria dan Nilai Kritis		0.67	Baik/Subtansial
		0.33	Moderat
		0.19	Lemah
Nilai	R Square	0.050	Lemah
	R Square Adjusted	0.035	Lemah

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.3.9)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai prediksi untuk nilai perusahaan sebesar 0,035 atau 3,5% yang berarti lemah. Model diatas mampu menjelaskan fenomena nilai perusahaan sebesar 3,5% atau dapat ditafsirkan bahwa pengaruh GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 3,5% sisanya 96,5% dijelaskan oleh variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam model.

#### Signifikansi (T-Value)

Nilai signifikansi yang digunakan (*two tailed*) t-value 1,65 untuk (*significance level* = 10%), t-value 1,96 untuk (*significance level* = 5%), dan t-value 2,58 untuk (*significance level* = 1%). Berikut hasil signifikansi (T-Value) dibawah ini:

**Tabel 4 Hasil Signifikansi (T-Value)**

	T Statistics ( O/STDEV )	Keterangan
Kriteria dan Nilai Kritis	1.65	10%
	1.96	5%
	2.58	1%
X1	2.834	1%
X2	4.057	1%

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.3.9), 2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *T-Value* variabel X1 sebesar 2,834 yang berarti memiliki signifikansi 1%, sedangkan nilai *T-Value* variabel X2 sebesar 4,057 yang berarti memiliki signifikansi 1%.

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *resampling bootstraping*. Statistik uji yang digunakan adalah *T-Statistic* atau Uji *Path Coefficient*. Berikut Hasil *Path Coefficient* yang menyatakan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen dibawah ini:

**Tabel 5 Hasil *Path Coefficient***

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 → Y	-0.123	-0.122	0.044	2.834	0.005
X2 → Y	-0.203	-0.204	0.050	4.057	0.000

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.3.9), 2022

Berdasarkan hasil *Path Coefficient* pada tabel 4.9 diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

H1: *Good Corporate Governance* Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesa pada hubungan penerapan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Pada tabel 4.9 menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar -0,123 dapat diartikan pengaruh penerapan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan adalah negatif. Nilai *path coefficient* tersebut mendekati nol atau dapat diartikan pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan adalah lemah menuju moderat.

Nilai t-statistik *good corporate governance* yang dihasilkan lebih besar dari *t-tabel* yaitu 2,834 > 1,96 dengan *p-values* lebih kecil dari  $\alpha$  (alpha) yaitu 0,005 < 0,05 dapat diartikan pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan adalah signifikan. Dengan demikian hipotesa nol ditolak, sehingga pengaruh *good corporate governance* memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2: *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesa pada hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Pada tabel 4.9 menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar -0,203 dapat diartikan negatif. Nilai *path coefficient* tersebut mendekati nol atau dapat diartikan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah lemah menuju moderat.

Nilai t-statistik CSR yang dihasilkan lebih besar dari *t-tabel* yaitu 4,057 > 1,96 dengan *p-values* lebih kecil dari  $\alpha$  (alpha) yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah signifikan. Dengan demikian hipotesa nol ditolak, sehingga *corporate social responsibility* memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Secara keseluruhan hubungan variabel yang ditunjukkan dalam tabel 4.9, dapat dijelaskan bahwa *corporate social responsibility* memberikan pengaruh paling besar terhadap nilai perusahaan dibandingkan dengan *good corporate governance*.

*Good corporate governance* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *path coefficient* sebesar -0,123, *corporate social responsibility* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *path coefficient* sebesar -0.203, dengan demikian dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* merupakan *key driver* terhadap konstruk nilai perusahaan dengan model persamaan sebagai berikut:

**Nilai = -0,123 GCG – 0,203 CSR**

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan**

Penerapan *good corporate governance* dapat membantu perusahaan untuk terhindar dari risiko keuangan akibat pengelolaan yang buruk (Mahendra, 2021). Pengujian hipotesis pertama merumuskan bahwa *good corporate governance* (GCG) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan semakin tinggi *good corporate governance* (GCG) pada sebuah perusahaan maka nilai perusahaan akan berpengaruh secara langsung. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Farida et al., (2019), Susanto, Cinditya & Ardini (2016) dan Durima & Ruzikna (2019) yang menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari (2018) dan Firdaus et al., (2018) yang menunjukkan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dapat dilihat dari tabel 4.1 pada tahun 2016-2020 rata-rata perusahaan mengalami peningkatan kepemilikan saham, tetapi dilihat dari tabel 4.3 rata-rata *price to book value* perusahaan tahun 2016-2020 mengalami peningkatan akan tetapi terdapat penurunan pada tahun 2018. Perusahaan yang mengalami penurunan nilai perusahaan tidak melakukan *good corporate governance* dengan maksimal. Hasil penelitian ini dapat mendukung teori keagenan yang menunjukkan adanya keterkaitan antara pihak yang menyerahkan kuasa (pemegang saham/*shareholder*) dengan pihak yang diberi kuasa (pengelola/*agent*) dimana adalah kesepakatan oleh pemegang saham agar dapat bergerak untuk keperluan pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976).

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam menangani ketimpangan sosial dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh bisnis perusahaan (Larasati, Hendra Titisari, & Nurlaela, 2017). Pengujian hipotesis kedua merumuskan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan semakin tinggi *corporate social responsibility* (CSR) pada sebuah perusahaan maka nilai perusahaan akan berpengaruh secara langsung juga. Hasil ini sejalan dengan penelitian Farida et al (2019) dan Susanto, Cinditya & Ardini (2016) yang menunjukkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif atau signifikan. Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Durima & Ruzikna (2019), Hapsari (2018) dan Firdaus et al., (2018) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif atau tidak signifikan.

Dapat dilihat pada tabel 4.2 pada tahun 2016-2020 rata-rata *corporate social responsibility* dengan perhitungan GRI G4 menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dengan begitu nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut Untung (2008) dalam penelitian Matondang (2019) tujuan *corporate social*

*responsibility* adalah supaya pihak investor dapat melaksanakan suatu *informal decision* dalam pengambilan keputusan investasi.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian *Good corporate governance* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *good corporate governance* mampu menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena jika *good corporate governance* semakin baik maka akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham yang mengakibatkan nilai perusahaan juga semakin baik. *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak aspek *corporate social responsibility* yang diungkapkan semakin rendah nilai perusahaan dimana aspek *corporate social responsibility* kategori lingkungan faktor kunci dan memperoleh bobot tertinggi diantara dua aspek lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, Ni Putu Ayu, & Putra, Putu Mega Juli Semara. (2018). Pengaruh Profitabilitas pada Hubungan Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 24(1), 20–46.
- Durima, Mahesha Elpan, & Ruzikna. (2019). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN INDUSTRI DASAR DAN KIMIA SUB SEKTOR KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA). *JAB, VOL 13 NO 1*, 13(1).
- Farida, Farida, Ramadhan, Adhika, & Wijayanti, Ratih. (2019). The Influence of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence from Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Research*, 5(57), 177–183. <https://doi.org/10.32861/ijefr.57.177.183>
- Fatmawati, Yunel. (2018). Pengaruh Mekanisme Good Coporate Governance Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Akuntansi Universitas Padang*, 6(1), 1–28.
- Fauzi, Armi Sulthon, Suransi, Ni Ketut, & Alamsyah. (2016). Komposisi dan Keanekaragaman Mikroarthropoda Tanah Sebagai Bioindikator Karakteristik Biologi pada Tanah Gambut. *Jurnal Natur*, 4(282), 29.
- Firdaus, Anhar, BZ, Fazli Syam, & Diantimala, Yossi. (2018). The Influence of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility towards the Financial Performance that has Implications for Firm Value of Banking Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(4), 1–8. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i4/4005>
- Hapsari, Ajeng Andriani. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 211–222.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. 1976. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Larasati, Shanti, Hendra Titisari, Kartika, & Nurlaela, Siti. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Seminar Nasional IENACO 2017*, 579–586.
- M., Reny Dyah Retno, & Denies Priantinah M.Si., Ak. (2012). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BumN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2012-2014). *Nominal*, 1(1).
- Mahendra, Pandu Rizky. (2021). *Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-*

2019. Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Matondang, Danyel Pebro. (2019). *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018*. 7–37.
- Meydika, Fragarian, Handayani, Rini, & Sri Lastuti. (2016). PENGARUH KINERJA KEUANGAN, GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI). *Riset Manajemen & Akuntansi*, 7, 111–126.
- Salvatore, Dominick. (2005). *Managerial Economic Fith Edition*. Singapore: Thomson Learning.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta, CV.
- Susanto, Cinditya Marina, & Ardini, Lilis. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(7), 1–17.
- Yuliyanti, Leni. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 2(2), 21. <https://doi.org/10.17509/jpak.v2i2.15464>.