

APAKAH CORPORATE GOVERNANCE DAN FINANCIAL PERFORMANCE DAPAT MEMODERASI PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP FIRM VALUE?

Vanessa Natalie¹, Rizky Eriandani², Felizia Arni Rudiawarni³

Universitas Surabaya^{1,2,3}.

²Corresponding author: rizky.eriandani@staff.ubaya.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Article history:

Dikirim tanggal: 14/02/2023

Revisi pertama tanggal: 14/04/2023

Diterima tanggal: 19/05/2023

Tersedia online tanggal: 27/06/2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh CSR terhadap *Firm Value* (FV), sekaligus menganalisis apakah *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Financial Performance* dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Penelitian ini menggunakan data perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019–2021 dengan jumlah sampel 1048 *firm years*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Pengukuran CSR menggunakan *content analysis*, sedangkan nilai perusahaan (*Firm Value*) diukur menggunakan *Return Saham*. GCG diukur dengan menggunakan *Board Size* (BS), *Board Independence* (B-IND), *Family Ownership* (FMO), dan *Largest Ownership* (L-OWN). Proksi *Financial Performance* menggunakan *Return on Assets* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM). Hasil empiris menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap FV. *Financial Performance* (ROA) melemahkan hubungan CSR dengan FV. Namun, GCG tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan FV. Penelitian ini menegaskan bahwa aktivitas CSR penting untuk dilakukan untuk meningkatkan FV dan *business sustainability* di masyarakat.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*; *Firm Value*; *Good Corporate Governance*; *Financial Performance*; Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of CSR on Firm Value (FV) and analyze whether Good Corporate Governance (GCG) and Financial Performance can strengthen or weaken this influence. This study uses data on non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019–2021 with a total sample of 1048 firm years. Data analysis using multiple linear regression. CSR measurement using content analysis. Firm Value is measured using Stock Return. GCG is measured using Board Size (BS), Board Independence (B-IND), Family Ownership (FMO), and Largest Ownership (L-OWN). Financial Performance proxies use Return on Assets (ROA) and Net Profit Margin (NPM). Empirical results show that CSR has a positive effect on Firm Value. Financial Performance (ROA) weakens the relationship between CSR and FV. However, GCG is unable to moderate the relationship between CSR and FV. This research confirms that CSR activities are essential to increase firm value and business sustainability.

Keywords: *Corporate Social Responsibility*; *Firm Value*; *Good Corporate Governance*; *Financial Performance*; Indonesia

1. Pendahuluan

Informasi yang disajikan dalam laporan oleh badan usaha memiliki peran penting dalam menjaga hubungan badan usaha dengan berbagai pihak. Hal tersebut ditujukan untuk memenuhi konsep transparansi dan akuntabilitas. Penyajian informasi tidak hanya berkaitan dengan informasi keuangan saja tetapi terdapat informasi-informasi lainnya seperti laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk melaporkan aktivitas badan usaha selama periode tertentu. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan aktivitas yang dilakukan badan usaha untuk menciptakan manfaat pada sosial dan lingkungan. Praktik pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan mulai dikenal di awal tahun 1970 dan berkembang sejak tahun 1990-an. Aktivitas sosial dan lingkungan semakin disoroti oleh masyarakat dikarenakan meningkatnya pemahaman atas aspek *sustainability*.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana CSR memiliki hubungan dengan *Firm Value* (FV), serta bagaimana *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Financial Performance* mampu memoderasi hubungan antara CSR dengan FV. Studi sebelumnya telah dilakukan untuk melihat hubungan CSR dengan *Firm Value* (Butt *et al.*, 2020; Chijoke-Mgbame *et al.*, 2020; Ikram *et al.*, 2020; Ronald *et al.*, 2019). Hasilnya menunjukkan temuan yang beragam. Pada penelitian Butt *et al.* (2020) ditemukan hasil bahwa CSR menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan badan usaha dalam meningkatkan FV. Hubungan CSR dan FV pada dasarnya sehubungan dengan teori konflik resolusi yang menyatakan bahwa semakin banyak badan usaha yang berinvestasi pada aktivitas CSR, maka semakin tinggi nilai FV (Butt *et al.*, 2020). Hubungan CSR dengan FV yang positif juga ditemukan dalam penelitian Chijoke-Mgbame *et al.* (2020) dan Ikram *et al.* (2020). Di lain sisi, hasil penelitian yang berbeda ditemukan pada penelitian Mukhtaruddin *et al.* (2019) yang menunjukkan bahwa CSR merupakan aktivitas yang meningkatkan biaya agensi sehingga hal ini tidak meningkatkan FV. Selanjutnya, pada penelitian LaGore *et al.* (2015) menemukan hasil bahwa badan usaha yang banyak melakukan aktivitas CSR secara sukarela, akan berpengaruh pada *firm value*. Pada penelitian tersebut juga ditemukan bahwa badan usaha yang banyak melaporkan aktivitas CSR cenderung memiliki *return* yang lebih baik sebagai bentuk *reward*.

Sebaliknya, beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya pengaruh negatif CSR terhadap nilai perusahaan (Buchanan *et al.*, 2018; Krüger, 2015; Masulis & Reza, 2015). Buchanan *et al.* (2018) membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan CSR akan memberi dampak negatif pada nilai FV saat periode krisis. Penelitian lain membuktikan bahwa investor merespon negatif terhadap berita baik CSR maupun berita buruk (Krüger, 2015). Bukti empiris lain menunjukkan bahwa ketika aktifitas CSR perusahaan dalam bentuk donasi meningkat, pemegang saham mengurangi penilaian mereka atas kepemilikan kas perusahaan (Masulis & Reza, 2015). Hasil penelitian Lee (2020) juga mengindikasikan hal yang sama, aktifitas CSR memberi dampak negatif terhadap nilai perusahaan dalam periode jangka pendek. Hasil yang tidak konsisten mungkin disebabkan oleh masalah dengan metode yang digunakan, masalah pengukuran (terutama sejauh mana pengungkapan ESG), pemilihan sampel, atau kegagalan untuk mengendalikan faktor

relevan lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini menginternalisasikan variabel moderasi dalam model, yaitu *Good corporate governance* dan kinerja keuangan perusahaan.

Good corporate governance (GCG) merupakan prinsip badan usaha untuk memastikan manajemen bertindak untuk kepentingan yang terbaik bagi para *shareholders* (Adel *et al.*, 2019). Prinsip GCG diharapkan dapat menekan terjadinya asimetri informasi antara manajemen dengan *shareholders* sebagaimana diargumentasikan dalam *Agency Theory* (Harrison & Wicks, 2013). Asimetri informasi terjadi karena manajemen berusaha membentuk reputasi yang baik di depan para *shareholders*. Rendahnya pelaporan CSR yang dilakukan secara sukarela dan kewajiban untuk melaporkan aktivitas CSR dapat menyebabkan *stakeholders* tidak dapat membedakan badan usaha mana yang memiliki GCG yang baik (LaGore *et al.*, 2015). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa GCG sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh yang negatif terhadap hubungan antara CSR dengan FV (Butt *et al.*, 2020). Peneliti ingin melihat apakah terdapat perbedaan hasil dari penelitian-penelitian yang terdahulu.

Penelitian ini menggunakan perhitungan *market performance* untuk FV. Konsep tersebut diambil dari beberapa penelitian sebelumnya (Butt *et al.*, 2020; Chijoke-Mgbame *et al.*, 2020) untuk mengetahui apakah badan usaha sudah menjalankan tata kelola yang baik. Penelitian ini juga menambahkan *financial performance* yang juga menjadi variabel moderasi dari hubungan CSR dengan FV. Penelitian sebelumnya tidak membedakan fungsi dari pengukuran *market performance* dan *accounting performance*. Oleh karena itu, penulis ingin membedakan kedua hal tersebut. Peneliti juga memasukkan variabel moderasi yaitu GCG dan *financial performance*.

Penelitian ini memberikan dua kontribusi. Pertama, menganalisis kembali hubungan antara CSR dan nilai perusahaan pada konteks negara berkembang. Hasil penelitian mendukung semakin pentingnya kinerja CSR terhadap nilai perusahaan di negara berkembang. Kedua, menginvestigasi peran *good corporate governance* dan kinerja perusahaan dalam hubungan CSR dan FV. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimasukkannya kinerja tata kelola perusahaan sebagai variabel moderator dalam menguji, tidak memberikan hasil signifikan. Kinerja perusahaan mampu memoderasi hubungan CSR dan FV, namun dengan koefisien negatif. Hal ini kemungkinan disebabkan rata-rata kinerja perusahaan yang digunakan dalam sampel penelitian cukup rendah.

2. Kerangka Teoretis dan Pengembangan Hipotesis

Agency Theory menggambarkan hubungan antara *principal* (pemilik badan usaha) dengan *agent* (yang menjalankan badan usaha). Jensen & Meckling (1976) menjelaskan bahwa teori ini mendefinisikan hubungan keagenan sebagai kontrak antara pihak yang memberi pekerjaan dengan pihak yang menjalankan pekerjaan sesuai kepentingan mereka dan kewenangan yang diberi kepada agen untuk mengambil keputusan. Perbedaan fungsi antara *principal* dengan *agent* membuat hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa *agent* dapat bertindak dengan sendirinya tanpa memerhatikan kepentingan *principal*. Adanya perbedaan kepentingan ini membuat munculnya konflik antara *principal* dengan *agent* yang dikenal dengan konflik keagenan.

Stakeholders merupakan pihak yang memegang kepentingan dalam organisasi/badan usaha. *Stakeholder theory* pertama kali diperkenalkan oleh Freeman & McVea (2005) yang menemukan bahwa tujuan badan usaha adalah untuk terus meningkatkan kekayaan para *stakeholders*. Oleh karena itu, *stakeholder theory* menjadi penting untuk diketahui oleh manajemen karena hal ini menjadi tanggung jawab mereka dalam memenuhi ekspektasi para *stakeholders*. Teori ini membuka pandangan baru dalam pengembangan CSR yang sehubungan dengan penerapan *corporate governance* dimana kedua hal ini memiliki fungsi tersendiri tetapi dijalankan secara bersama-sama.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan aktivitas yang dilakukan badan usaha untuk mendapatkan peningkatan dalam bentuk sosial yang tidak terukur oleh badan usaha maupun hukum yang ada (McWilliams & Siegel, 2001). CSR memiliki pengertian yang berbeda-beda tergantung dari perspektif masing-masing. Namun secara luas, penerapan CSR membuat badan usaha memiliki gambaran yang baik dalam membangun nilai badan usaha secara sosial. Munculnya praktik CSR terjadi karena adanya globalisasi yang melanda dunia membuat badan usaha harus memberikan gambaran serta nilai yang lebih pada aspek sosial.

CSR dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan dari badan usaha terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Penerapan CSR ditujukan untuk melaksanakan bisnis dengan prinsip berkelanjutan (*sustainable*). Hal ini juga sehubungan dengan pembentukan nilai badan usaha di masyarakat yang muncul dikarenakan aktivitas badan usaha sehubungan dengan tujuan sosial. Masyarakat sering beranggapan bahwa badan usaha yang melakukan CSR memiliki nilai yang lebih dibandingkan dengan badan usaha yang belum melakukan CSR. Terdapat banyak literatur empiris tentang hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Penelitian Butt *et al.* (2020) menemukan bahwa terdapat aktivitas CSR dapat meningkatkan FV dengan melihat dari sisi pemberian donasi, edukasi dan pengembangan komunitas. Chang *et al.* (2019) menganalisis hubungan antara nilai perusahaan dan praktik CSR, dan memberikan hasil adanya nilai dolar tambahan dalam kepemilikan tunai lebih besar untuk perusahaan dengan CSR tinggi daripada perusahaan dengan CSR rendah. Liang & Renneboog (2017) menggunakan sampel global perusahaan menemukan bahwa sumbangan amal menyebabkan nilai perusahaan dan kinerja operasi yang tinggi. LaGore *et al.* (2015) juga menemukan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan badan usaha dapat meningkatkan FV. Servaes & Tamayo (2013) memberikan bukti bahwa terdapat hubungan positif antara CSR dan nilai perusahaan ketika pelanggan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap aktivitas perusahaan. Dimson *et al.* (2015) menemukan bahwa aktivisme investor institusional yang mengarah pada perubahan kebijakan CSR perusahaan diikuti oleh pengembalian saham abnormal yang positif, terutama di industri yang cenderung menjadi industri yang berorientasi pada konsumen. Hal ini menunjukkan semakin banyak aktivitas CSR yang dilakukan dan dilaporkan oleh badan usaha, maka semakin tinggi pula dukungan yang diberikan oleh masyarakat ke badan usaha sehingga FV meningkat. Oleh karena itu, hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

H₁: CSR memiliki pengaruh yang positif terhadap FV

Good corporate governance (GCG) merupakan prinsip yang berhubungan dengan tata kelola badan usaha. Penerapan GCG menggambarkan bagaimana badan usaha dalam menjalankan dan mengendalikan badan usahanya (Adel *et al.*, 2019), sehingga badan usaha yang menerapkan GCG dengan baik memiliki gambaran yang baik di mata para *stakeholders*. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah dilakukan yang menemukan bahwa penerapan GCG di badan usaha merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk menambah kekayaan *stakeholders*. Namun hal ini juga menyebabkan timbulnya *agency cost* untuk pengembangan nilai badan usaha tersebut (Nazir & Afza, 2018).

Penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk melihat pengaruh GCG terhadap FV yang mendapati hasil bahwa GCG memiliki pengaruh yang positif terhadap FV dilihat dari biaya agensi (Nazir & Afza, 2018). Penelitian Tanjung (2020) juga menemukan bahwa beberapa sub-elemen dalam GCG dapat meningkatkan FV seperti *board size* dan *blockholders*. Penelitian ingin melihat apakah penerapan GCG memiliki efek moderasi dalam hubungan antara CSR dengan FV. Dengan demikian ketika penerapan GCG baik, apakah hubungan CSR terhadap FV menjadi lebih kuat. Dan sebaliknya, ketika penerapan GCG buruk, maka apakah CSR dilakukan hanya untuk menutupi perilaku oportunistik dari pihak manajemen sehingga hubungan CSR dengan FV menjadi lemah.

Sebelumnya telah dilakukan beberapa penelitian yang juga meneliti efek moderasi GCG terhadap hubungan CSR dengan FV. Penelitian Butt *et al.* (2020) mendapatkan hasil bahwa GCG tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap FV. Hal ini dikarenakan pada negara berkembang prinsip GCG hanya diterapkan sebagai bentuk badan usaha dalam memenuhi regulasi yang ada. Sama halnya dengan penelitian Ishtiaq *et al.* (2017) yang mendapatkan hasil bahwa struktur kepemilikan tidak mampu memperkuat hubungan CSR dengan FV, karena *top shareholder* cenderung kurang berkonsentrasi dalam pelaksanaan aktivitas CSR. Disini peneliti ingin melihat apakah badan usaha yang GCG-nya semakin baik akan memperkuat atau memperlemah hubungan aktivitas CSR yang dilakukan badan usaha untuk meningkatkan FV. Oleh karena itu, untuk meneliti apakah GCG mampu memoderasi hubungan CSR terhadap FV, maka peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

H₂: GCG mampu memoderasi hubungan CSR terhadap FV

Financial performance merupakan angka yang menunjukkan bagaimana kinerja badan usaha pada periode ini. Untuk mengukur kinerja tersebut, investor melakukan analisis kinerja badan usaha untuk mengetahui apakah badan usaha dapat memenuhi harapan investor. Pada dasarnya *financial performance* menggambarkan kinerja badan usaha selama satu periode, sehingga disini yang dilihat adalah internal perusahaan. Berbeda dengan *firm value* dimana disini kita ingin melihat bagaimana masyarakat merespon kinerja badan usaha. Penelitian ini ingin melihat apakah *financial performance* yang bagus akan memengaruhi hubungan antara CSR dengan FV menjadi lebih baik. Atau apakah badan usaha dengan *financial performance* yang buruk dapat memengaruhi hubungan CSR terhadap FV.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa *financial performance*, mampu memoderasi hubungan CSR terhadap FV (Mukhtaruddin *et al.*, 2019). *Financial performance* menunjukkan *earning power* karena rasio ini menggambarkan kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan total aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. Melalui kinerja keuangan akan dapat diketahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan atau tidak. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang tinggi akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk melakukan kegiatan CSR. Pada akhirnya akan meningkatkan dampak CSR pada nilai perusahaan dari sudut pandang investor. Menurut Gamerschlag et al. (2011) menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Studi lain menyebutkan bahwa jika pada kondisi kinerja keuangan yang rendah, sementara CSR meningkat (Chen et al., 2018), maka menimbulkan konflik dimana perusahaan tidak mau berinvestasi dalam kegiatan CSR karena kinerja keuangan menurun. Bisa juga disebabkan karena investasi CSR yang membutuhkan pengeluaran yang signifikan dapat menimbulkan kerugian ekonomi jangka pendek, dan pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan dimata investor. Oleh karena itu, perlu menganalisis peran *financial performance* pada hubungan aktivitas CSR dan FV, apakah akan memperkuat atau memperlemah. Maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H₃: *Financial performance* mampu memoderasi hubungan CSR terhadap FV

3. Metode Penelitian

Unit analisis dari penelitian ini adalah badan usaha non keuangan yang sudah *go-public* yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2021. Sifat penelitian dari penelitian ini adalah pendekatan positivisme atau kuantitatif. Data tersebut diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive judgemental sampling*. Kriteria pertama, Badan usaha non-keuangan yang sudah *go-public* dan terdaftar di BEI selama periode 2019-2021. Kedua, Badan usaha sudah menerbitkan laporan keuangan (*financial statement*) dalam mata uang Rupiah dan laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2019-2021. Ketiga, Badan usaha yang mengungkapkan data yang diperlukan dalam penelitian. Setelah dilakukan eliminasi berdasarkan kriteria pengambilan sampel, didapati sampel yang digunakan adalah 1.048 *firm years*.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (FV) yang diukur dengan return saham (R_{it}). *Return* (R_{it}) saham dapat dihitung dengan membandingkan harga saham pada periode tertentu dengan periode sebelumnya (Floros, 2011):

$$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR). Pengukuran dilakukan dengan *content analysis* menggunakan instrumen pengukuran yang mengacu pada *Standard Global Reporting Initiative* (Standard GRI) yang memiliki beberapa kriteria yang terbagi dalam beberapa kategori yaitu kategori ekonomi (17 kriteria), kategori lingkungan (31 kriteria), kategori sosial (35 kriteria). Badan usaha yang melakukan pengungkapan aktivitas CSR dalam laporan keuangannya akan diberi skor 1, sedangkan yang tidak melakukan pengungkapan akan diberi skor 0. Persamaan yang digunakan dalam menghitung CSR *index* adalah (Ronald et al., 2019):

$$CSR_{it} = \frac{X_{it}}{n_j}$$

Penelitian ini menggunakan dua variabel moderasi, *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Financial Performance*. GCG diproksikan dengan board size, board independence, family ownership, dan largest ownership. *Board Size* (BS_{it}) menunjukkan jumlah dewan direktur yang ada dalam badan usaha (Hasan & Yun, 2017). *Board Independence* (B-IND_{it}) diukur dengan proporsi dari direktur independen dibagi dengan jumlah keseluruhan dewan direksi (Kolsi & Grassa, 2017). *Family Ownership* (FMO_{it}) diukur dengan jumlah saham yang dimiliki anggota keluarga kemudian dibagi dengan jumlah saham yang beredar (Nazir & Afza, 2018). *Largest Ownership* (L-OWN_{it}) merupakan persentase pemegang saham terbesar dari keseluruhan total ekuitas badan usaha (Yasser & Mamun, 2017).

Financial Performance diukur dengan *Return On Assets* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM). *Return on Asset* (ROA) menggambarkan perilaku badan usaha dalam mengelola asetnya yang dinyatakan dengan rasio tingkat pengembalian aset. ROA dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut (Oware & Mallikarjunappa, 2019). *Net Profit Margin* (NPM) menggambarkan hubungan dari *net profit* badan usaha yang dilaporkan terhadap penjualan badan usaha (Suteja *et al.*, 2017).

Variabel kontrol dalam penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan (*SIZE*) dan *leverage* (LEV_{it}). *SIZE* menggambarkan ukuran badan usaha yang diukur berdasarkan logaritma natural total aset badan usaha. *Leverage* menggambarkan total liabilitas badan usaha. *Leverage* disini digunakan sebagai variabel kontrol karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan badan usaha (Butt *et al.*, 2020). Rasio *leverage* yang tinggi dapat membatasi keputusan investasi yang dapat berpengaruh pada FV. *Leverage* dihitung dengan membandingkan antara total utang dan total aset.

Uji regresi linear berganda digunakan untuk melakukan pengujian atas hipotesis 1. Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan arah hubungannya.

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(1)$$

Selanjutnya peneliti memasukkan variabel moderasi, yaitu GCG dan *financial performance* untuk mengetahui efek moderasi kedua variabel tersebut dalam hubungan antara CSR dengan FV.

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 BS_{it} + \beta_3 CSR_{it} * BS_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (2)$$

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 B-IND_{it} + \beta_3 CSR_{it} * B-IND_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (3)$$

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 FMO_{it} + \beta_3 CSR_{it} * FMO_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(4)$$

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 L-OWN_{it} + \beta_3 CSR_{it} * L-OWN_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (5)$$

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \beta_3 CSR_{it} * ROA_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(6)$$

$$R_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 NPM_{it} + \beta_3 CSR_{it} * NPM_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

R_{it} adalah *return saham* tahunan. CSR merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. BS adalah jumlah dewan direktur. B-IND merupakan proporsi dari direktur independen. FMO adalah kepemilikan keluarga. L-OWN merupakan persentase pemegang saham terbesar. ROA adalah rasio tingkat pengembalian aset. NPM merupakan *net profit margin*. LEV adalah tingkat utang. SIZE merupakan ukuran perusahaan.

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Nama Variabel	Pengukuran Variabel	Rujukan
<i>Firm Value</i> (FV)	Return Saham (R_{it}) $R_{it} = \frac{Pt - Pt-1}{Pt-1}$	Floros (2011)
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Pengungkapan CSR $CSR_{it} = \frac{x_{it}}{n_j}$	Ronald <i>et al.</i> (2019)
<i>Board Size</i> (BS)	Jumlah dewan direksi yang ada dalam badan usaha	Hasan & Yun (2017)
<i>Board Independence</i> (B-IND _{it})	$\frac{\text{Direktur}}{\text{Jumlah Dewan Direksi Independen}}$	Kolsi & Grassa (2017)
<i>Family Ownership</i> (FMO _{it})	$\frac{\text{Kepemilikan Keluarga}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$	Nazir & Afza (2018)
<i>Largest Ownership</i> (L-OWN _{it})	$\frac{\text{Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Total Ekuitas}}$	Nazir & Afza (2018)
<i>Return on Asset</i> (ROA)	$\frac{\text{Profit After Tax}}{\text{Total Asset}}$	Oware & Mallikarjunappa (2019)
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	$\frac{\text{Net Profit}}{\text{Net sales}}$	Suteja <i>et al.</i> (2017)
SIZE	Ln Total Aset	Butt <i>et al.</i> (2020)
<i>Leverage</i> (LEV)	$\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Butt <i>et al.</i> (2020)

4. Hasil dan Pembahasan

Tabel 2 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif dengan jumlah sampel pada penelitian ini diketahui ada sebanyak 1.048 *firm years*. Variabel dependen pada penelitian ini, yaitu Return Saham dengan nilai tertinggi dan terendah untuk adalah 1.000 yang merupakan nilai dari Delta Djakarta Tbk. tahun 2021 dan -15.963 yang merupakan nilai dari Prima Cakrawala Abadi Tbk. tahun 2019. Rata-rata Return Saham adalah -0,238 dan standar deviasinya adalah 1.018. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Nilai tertinggi dan terendah untuk CSR adalah 0.759 yang merupakan nilai dari Bukit Asam Tbk. tahun 2020 dan 0.012 yang merupakan nilai dari

Fortune Mate Indonesia Tbk tahun 2019 dan 2020. Rata-rata CSR adalah 0.186 dengan standar deviasi 0.132.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviasi
<i>Return Saham</i>	1048	-15.963	1.000	-0.238	1.018
CSR	1048	0.012	0.759	0.186	0.132
BS	1048	2.000	17.000	3.796	1.709
B-IND	1048	0.167	1.000	0.411	0.104
FMO	1048	0.000	0.994	0.365	0.316
L-OWN	1048	0.203	0.994	0.578	0.179
ROA	1048	-0.579	0.902	0.025	0.094
NPM	1048	-0.929	0.960	0.021	0.221
SIZE	1048	23.461	32.820	28.378	1.715
LEV	1048	0.0005	0.996	0.438	0.220

Sumber: Data Sekunder (diolah)

Penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Financial Performance*. Pada GCG terdapat variabel *Board Size* (BS), *Board Independence* (B-IND), *Family Ownership* (FMO), dan *Largest Ownership* (L-OWN). Sedangkan pada *Financial Performance* terdapat variabel *Return on Asset* (ROA) dan *Net Profit Margin* (NPM). Pada GCG, nilai tertinggi dan terendah BS adalah 17 dan 2. Nilai tertinggi B-IND adalah 1.000. Rata-rata BS adalah 3.796 dengan standar deviasi 1.709. Nilai terendah B-IND adalah 0.167, dan rata-rata B-IND adalah 0.411 dengan standar deviasi 0.104. Nilai tertinggi FMO adalah 0.994, nilai terendah FMO adalah 0 dikarenakan ada beberapa badan usaha yang merupakan badan usaha milik negara sepenuhnya atau masyarakat. Rata-rata FMO adalah 0.365 dengan standar deviasi 0.316. Nilai tertinggi dan terendah L-OWN adalah 0.994 dan 0.203. Rata-rata L-OWN adalah 0.578 dengan standar deviasi 0.179. Pada *Financial Performance*, nilai tertinggi dan terendah ROA adalah 0.902 dan -0.579. Rata-rata ROA adalah 0.025 dengan standar deviasi 0.094. Nilai tertinggi dan terendah NPM adalah 0.960 dan -0.929. Rata-rata NPM adalah 0.021 dengan standar deviasi 0.221. Terakhir, yaitu variabel kontrol yang terdiri dari SIZE dan LEV. Nilai tertinggi dan terendah SIZE adalah 32.820 dan 23.461. Rata-rata SIZE adalah 28.378 dengan standar deviasi 1.715. Nilai tertinggi dan terendah LEV adalah 0.996 dan 0.0005. Rata-rata LEV adalah 0.438 dengan standar deviasi 0.220.

Uji persyaratan asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Pengujian normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pada semua model regresi penelitian memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan nilai signifikansi yang $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Pengujian autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW-test) dan menunjukkan semua model regresi dalam penelitian tidak memiliki masalah autokorelasi. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF dan *Tolerance* dari setiap model regresi memiliki nilai $VIF < 10$. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Scatterplot. Variabel-variabel tersebut tidak membentuk gelombang yang lebar dan titik-titik tidak menyebar deengan

pola yang jelas dan berada di sekitar angka 0, sehingga dapat disimpulkan memenuhi persyaratan heteroskedastisitas.

Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap *Firm Value* (*Return Saham*). Hal tersebut disajikan pada Tabel 3 yang menunjukkan hasil bahwa CSR memiliki koefisien positif terhadap *return* saham dengan signifikansi 0,770. Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis 1 diterima, yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara CSR dengan FV. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Butt *et al.* (2020) dan LaGore *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara CSR dengan *Firm Value*. Hal ini menandakan semakin banyak dan besar aktivitas CSR yang dilakukan dan dilaporkan, maka hal ini dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih tinggi pula yang nantinya akan berpengaruh pada *firm value* badan usaha. Aktifitas CSR sangat diharapkan mampu mendorong peningkatan kinerja perusahaan dan mempertahankan dalam periode jangka panjang (Feng *et al.*, 2018; Flammer, 2013). Investasi pada Kegiatan CSR pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dengan atau tanpa manfaat langsung bagi keuangan dan kesejahteraan perusahaan. Citra perusahaan yang terbentuk oleh kegiatan CSR diyakini mampu memuaskan pemangku kepentingan yang berbeda (Franco *et al.*, 2020; Rhou & Singal, 2020) dan berkontribusi pada penilaian yang menguntungkan di pasar modal (Flammer, 2013; Madsen & Rodgers, 2014).

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan positif, yang berarti semakin banyak aktivitas CSR yang diungkapkan di laporan tahunan, maka semakin besar pula nilai *Return Saham*. Dari hasil pengujian hipotesis 2 hampir semuanya menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel moderasi. Pada model 5, variabel FMO memiliki pengaruh yang signifikan namun tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap *Return Saham*. LEV sebagai variabel kontrol memiliki pengaruh yang signifikan pada model 4, 5, dan 6. Tabel 4 menunjukkan hasil bahwa ROA mampu memoderasi hubungan CSR terhadap *Firm Value*. Interaksi CSR dan ROA menunjukkan pengaruh yang signifikan negatif yaitu -5.516. Nilai NPM pada hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa NPM tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap *Firm Value*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan CSR tinggi memiliki pengembalian saham berlebih selama periode krisis karena profitabilitas, margin, pertumbuhan penjualan, dan produktivitas karyawan yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan CSR rendah (Lins *et al.*, 2017). Modal sosial yang dibangun melalui kegiatan CSR dapat memfasilitasi kerjasama pemangku kepentingan dengan menumbuhkan kepercayaan dan mengurangi kebutuhan akan kontrak formal. Investor mencari metrik seperti peringkat modal sosial yang berbicara tentang kepercayaan perusahaan terhadap penurunan kepercayaan publik.

Good Corporate Governance (GCG) tidak mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Firm Value* (FV). Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 yang menunjukkan bahwa GCG tidak memiliki nilai yang signifikan dalam memoderasi hubungan CSR dengan FV. Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis 2

ditolak, yang menyatakan bahwa GCG mampu memoderasi hubungan CSR dengan FV. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa meskipun pada penelitian-penelitian sebelumnya menemukan bahwa GCG dapat meningkatkan FV (Nazir & Afza, 2018; Tanjung, 2020), namun ternyata ketika GCG dimasukkan sebagai variabel moderasi, GCG tidak memiliki efek moderasi terhadap hubungan CSR dengan FV. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Chijoke-Mgbame *et al.* (2020) yang menemukan bahwa GCG tidak memiliki efek moderasi dalam hubungan CSR dengan FV. Di Indonesia, mungkin praktik GCG belum dijalankan dengan optimal, perusahaan hanya menjalankan tata kelola hanya untuk agar tidak melanggar regulasi yang berlaku. GCG yang tidak efektif membuat proses monitoring kurang berjalan baik, akibatnya para manajer dan pemimpin tidak fokus dalam mencapai tujuan yang memenuhi kepentingan perusahaan.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Hipotesis 1 dan 2

	Model 1 (H ₁)	Model 2 (H ₂)	Model 3 (H ₂)	Model 4 (H ₂)	Model 5 (H ₂)
<i>Constant</i>	-0.963 **	-0.747	-1.113 *	-0.826	-1.005 *
	-1.742	-1.231	-1.880	-1.485	-1.745
CSR	0.770 ***	1.511 **	1.573 *	-0.475	1.200
	2.963	2.445	1.659	1.181	1.401
BS		0.066 **			
		2.004			
CSR*BS		-0.177			
		-1.345			
B-IND			0.376		
			0.739		
CSR*B-IND			-1.950		
			-0.880		
FMO				-0.392 **	
				-2.273	
CSR*FMO				0.826	
				1.114	
L-OWN					0.068
					0.224
CSR*L-OWN					-0.712
					-0.520
LEV	-0.319 **	-0.317 **	-0.329 **	-0.341 **	-0.319 **
	-2.182	-2.174	-2.246	-2.334	-2.185
SIZE	0.025	0.009	0.025	0.026	0.025
	1.244	0.381	1.240	1.265	1.242
Adj R ²	0.015	0.017	0.013	0.019	0.013
F-stat	6.176 ***	4.531 ***	3.857 **	5.089 ***	3.778 **
DW Stat	2.058	2.065	2.059	2.059	2.059
N	1048	1048	1048	1048	1048

Signifikansi: Model 1: * p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01 (*One Tailed Test*)

Significance: Model 2: * p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01 (*Two Tailed Test*)

Sumber: Data Olahan

Financial Performance (FP) mampu memoderasi hubungan CSR dengan FV. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 yang menunjukkan bahwa ROA dan NPM memiliki koefisien yang signifikan negatif dalam memoderasi hubungan CSR dengan *Firm Value*, yang berarti bahwa *financial performance* memiliki efek moderasi yang memperlemah hubungan CSR dengan FV. Hal ini dapat terjadi karena investor merasa bahwa semakin banyak aktivitas CSR, maka semakin meningkat pula *cost* yang harus dikeluarkan badan usaha (Mukhtaruddin *et al.*, 2019). Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima, yang menyatakan bahwa *financial performance* mampu memoderasi hubungan CSR terhadap FV. Berbeda dengan Mukhtaruddin *et al.* (2019) yang menemukan ROA mampu memperkuat hubungan CSR dengan FV, penelitian ini menunjukkan tanda negatif yang artinya memperlemah.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Hipotesis 1 dan 3

	Model 1 (H ₁)	Model 6 (H ₃)	Model 7 (H ₃)
<i>Constant</i>	-0.963 **	-0.321	-0.527
	-1.742	-0.579	-0.943
CSR	0.770 ***	0.913 ***	0.836 ***
	2.963	3.328	3.197
ROA		2.945 ***	
		5.070	
CSR*ROA		-5.516 **	
		-1.982	
NPM			0.918 ***
			3.751
CSR*NPM			-1.811 *
			-1.664
LEV	-0.319 **	-0.082	-0.171
	-2.182	-0.544	-1.134
SIZE	0.025	-0.003	0.007
	1.244	-0.157	0.340
Adj R ²	0.015	0.047	0.030
F-stat	6.176 ***	11.374 ***	7.546 ***
DW Stat	2.058	2.064	2.055
N	1048	1048	1048

Signifikansi: Model 1: * p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01 (*One Tailed Test*)

Signifikansi: Model 3: * p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < 0.01 (*Two Tailed Test*)

Sumber: Data Sekunder (diolah)

Kegiatan CSR diharapkan dapat memberikan dampak positif yang tercermin dari laba perusahaan dan kinerja keuangan yang membaik. Ketika suatu perusahaan melakukan pengungkapan CSR yang luas, namun tingkat profitabilitasnya rendah maka kepercayaan investor cenderung menurun sehingga persepsi investor terhadap perusahaan menjadi lemah, sehingga apabila pengungkapan CSR yang tinggi disertai dengan profitabilitas yang tinggi, maka persepsi investor terhadap perusahaan akan meningkat (Pratiwi, 2016). Dengan kata lain, profitabilitas menjadi tolok ukur bagi investor dalam menilai apakah peningkatan pengeluaran untuk CSR bukan pemborosan sumber daya perusahaan. Hasil

penelitian ini sejalan dengan Fauzi & Suransi (2016), yang memberikan bukti empiris bahwa profitabilitas dapat memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Ketika perusahaan mencapai kinerja keuangan yang sangat baik, perusahaan merasa tidak perlu mengungkapkan aktivitas lainnya. Jika dilihat dari sampel penelitian, rata-rata kinerja perusahaan cukup rendah, sehingga kinerja perusahaan yang tidak terlalu baik akan memperlemah dampak CSR terhadap nilai perusahaan.

5. Kesimpulan, Implikasi dan Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai hubungan *corporate social responsibility* dengan *firm value* serta peran *good corporate governance* dan *financial performance* dalam hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan variabel kontrol yaitu ukuran badan usaha serta *leverage*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah badan usaha non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2021 yang telah diseleksi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan di awal. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapati hasil bahwa *Corporate social responsibility* memiliki hubungan dengan *firm value* dengan pengaruh yang positif signifikan dikarenakan semakin banyak aktivitas CSR yang dilakukan dan diungkapkan oleh badan usaha maka akan meningkatkan *firm value*. *Good corporate governance* tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan *firm value*. Hasil ini mengindikasikan bahwa tata kelola perusahaan mungkin belum berjalan efektif, dimana pelaksanaannya sebatas sebagai pemenuhan regulasi yang berlaku. Penjelasan lain atas hasil ini bisa juga dilihat dari sudut pandang investor, dimana investor tidak menggunakan informasi tata kelola dalam menilai perusahaan. *Financial performance* mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dengan *firm value*. Arah negatif pada hasil statistik mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan yang tidak baik akan memperlemah pengaruh CSR terhadap *firm value*.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini menjadi arah bagi penelitian mendatang. Pengungkapan CSR yang diukur dengan banyaknya pengungkapan, belum menganalisis kualitas pengungkapannya. Proksi GCG, dalam perhitungan *family ownership* masih belum bisa mendeteksi *ultimate ownership*, sehingga tidak diketahui perusahaan yang merupakan perusahaan keluarga. Penelitian ini belum membandingkan bursa pada negara maju dan negara berkembang. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan menggunakan tabel pengungkapan CSR yang sesuai dengan indeks Global Reporting Initiatives (GRI), untuk mengurangi subyektivitas penilaian pengungkapan CSR. Penelitian ini juga perlu untuk membandingkan bursa pada negara maju dan negara berkembang karena memiliki karakteristik yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Adel, C., Hussain, M. M., Mohamed, E. K. A., & Basuony, M. A. K. (2019). Is corporate governance relevant to the quality of corporate social responsibility disclosure in large European companies? *International Journal of Accounting and Information Management*, 27(2), 301–332. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-10-2017-0118>
- Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value,

- and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73–95. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.07.004>
- Butt, A. A., Shahzad, A., & Ahmad, J. (2020). Impact of CSR on Firm Value: The Moderating Role of Corporate Governance. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 4(2), 145. <https://doi.org/10.28992/ijksam.v4i2.257>
- Chang, C.-H., Chen, S.-S., Chen, Y.-S., & Peng, S.-C. (2019). Commitment to build trust by socially responsible firms: Evidence from cash holdings. *Journal of Corporate Finance*, 56, 364–387. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.03.004>
- Chen, Y.-C., Hung, M., & Wang, Y. (2018). The effect of mandatory CSR disclosure on firm profitability and social externalities: Evidence from China. *Journal of Accounting and Economics*, 65(1), 169–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2017.11.009>
- Chijoke-Mgbame, A. M., Mgbame, C. O., Akintoye, S., & Ohalehi, P. (2020). The role of corporate governance on CSR disclosure and firm performance in a voluntary environment. *Corporate Governance (Bingley)*, 20(2), 294–306. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2019-0184>
- Dimson, E., Karakaş, O., & Li, X. (2015). Active ownership. *The Review of Financial Studies*, 28(12), 3225–3268. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhv044>
- Fauzi, A. S., & Suransi, N. K. (2016). Pengaruh Gcg Dan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *InFestasi*, 12(1), 1–19.
- Feng, Z. Y., Chen, C. R., & Tseng, Y. J. (2018). Do capital markets value corporate social responsibility? Evidence from seasoned equity offerings. *Journal of Banking and Finance*, 94, 54–74. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.06.015>
- Flammer, C. (2013). Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors. *Academy of Management Journal*, 56(3), 758–781. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0744>
- Floros, C. (2011). On the relationship between weather and stock market returns. *Studies in Economics and Finance*, 28(1), 5–13. <https://doi.org/10.1108/108673711111110525>
- Franco, S., Caroli, M. G., Cappa, F., & Del Chiappa, G. (2020). Are you good enough? CSR, quality management and corporate financial performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 88(August), 102395. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102395>
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (2005). A Stakeholder approach to strategic management. *SSRN Electronic Journal*, March 2018. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5, 233–262.
- Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2013). Stakeholder theory, value, and firm performance. *Business Ethics Quarterly*, 23(1), 97–124. <https://doi.org/10.5840/beq20132314>
- Hasan, R., & Yun, T. M. (2017). Theoretical linkage between corporate social responsibility and corporate reputation. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(2), 80. <https://doi.org/10.28992/ijksam.v1i2.32>
- Ikram, M., Sroufe, R., Mohsin, M., Solangi, Y. A., Shah, S. Z. A., & Shahzad, F. (2020). Does CSR influence firm performance? A longitudinal study of SME sectors of Pakistan. *Journal of Global Responsibility*, 11(1), 27–53. <https://doi.org/10.1108/JGR-12-2018-0088>
- Ishtiaq, M., Latif, K., Khan, A. N., & Noreen, R. (2017). Corporate social responsibility and firm performance: The moderating effect of ownership concentration. *Journal of Managerial Sciences*, 11(3), 353–386.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(10), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kolsi, M. C., & Grassa, R. (2017). Did corporate governance mechanisms affect earnings management? Further evidence from GCC Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(1), 2–23. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2015-0076>
- Krüger, P. (2015). Corporate goodness and shareholder wealth. *Journal of Financial Economics*, 115(2), 304–329. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2014.09.008>
- LaGore, W., Mahoney, L., & Thorne, L. (2015). Standalone corporate social responsibility reports and stock market returns. *Research on Professional Responsibility and Ethics in Accounting*, 19, 1–26. <https://doi.org/10.1108/S1574-076520150000019001>
- Lee, J. W. (2020). CSR impact on the firm market value: Evidence from tour and travel companies listed on Chinese stock markets. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(7), 159–167. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.159>
- Liang, H., & Renneboog, L. (2017). On the foundations of corporate social responsibility. *The Journal of Finance*, 72(2), 853–910.
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of Corporate Social Responsibility during the financial crisis. *Journal of Finance*, 72(4). <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
- Madsen, P. M., & Rodgers, Z. J. (2014). Looking good by doing good: The antecedents and consequences of stakeholder attention to corporate disaster relief. *Strategic Management*, 36(5)(October), 776–794. <https://doi.org/10.1002/smj.2246>
- Masulis, R. W., & Reza, S. W. (2015). Agency problems of corporate philanthropy. *The Review of Financial Studies*, 28(2), 592–636. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/rfs/hhu082>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987>
- Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N. (2019). Good corporate governance, corporate social responsibility, firm value, and financial performance as moderating variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.28992/ijsam.v3i1.74>
- Nazir, M. S., & Afza, T. (2018). Does managerial behavior of managing earnings mitigate the relationship between corporate governance and firm value? Evidence from an emerging market. *Future Business Journal*, 4(1), 139–156. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2018.03.001>
- Oware, K. M., & Mallikarjunappa, T. (2019). Corporate social responsibility investment, third-party assurance and firm performance in India: The moderating effect of financial leverage. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 303–324. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-08-2018-0091>
- Pratiwi, L. W. (2016). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility pada persepsi investor dengan profitabilitas dan kepemilikan manajemen sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(5), 1439–1458.
- Rhou, Y., & Singal, M. (2020). A review of the business case for CSR in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84(February 2019), 102330. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102330>
- Ronald, S., Ng, S., & Daromes, F. E. (2019). Corporate social responsibility as economic mechanism for creating firm value. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.28992/ijsam.v3i1.69>

- Servaes, H., & Tamayo, A. (2013). The impact of corporate social responsibility on firm value: The role of customer awareness. *Management Science*, 59(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1630>
- Suteja, J., Gunardi, A., & Auristi, R. J. (2017). Does corporate social responsibility shape the relationship between corporate governance and financial performance? *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(2), 59. <https://doi.org/10.28992/ijsam.v1i1.33>
- Tanjung, M. (2020). A cross-firm analysis of corporate governance compliance and performance in Indonesia. *Managerial Auditing Journal*, 35(5), 621–643. <https://doi.org/10.1108/MAJ-06-2019-2328>