

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP *VALUE CREATION* DENGAN PENGUNGKAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)

Jeni Yulinda Putri^{1*}

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Kuningan

*Koresponden: email 20190610058@uniku.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan bukti empiris mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap *Value Creation* dengan Pengungkapan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel *Intervening* pada Perusahaan Sub Sektor Konstruksi Bangunan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 21 perusahaan. Sampel yang diperoleh sebanyak 17 perusahaan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *quota sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan IBM SPSS Ver. 20. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance* dan secara simultan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* memiliki pengaruh terhadap *Value Creation*. Secara parsial menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance*. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance*. *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance*. Secara parsial menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Value Creation*. Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Value Creation*. Pengungkapan *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hasil uji sobel secara parsial menunjukkan bahwa Pengungkapan *Good Corporate Governance* tidak dapat memediasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* dengan *Value Creation*.

Katakunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage*, pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG), dan *value creation*.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, perkembangan teknologi informasi serta peningkatan pengetahuan telah mengubah cara pandang perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis untuk meraih keuntungan. Selain kekayaan materi, pelaku usaha kini menyadari pentingnya pengetahuan terkait inovasi, pemanfaatan teknologi, dan manajemen sumber daya manusia untuk menciptakan nilai tambah. Hal ini menjadikan pengetahuan sebagai modal utama dalam meningkatkan daya saing serta kelangsungan hidup perusahaan (Sangkala, 2006).

Penciptaan nilai perusahaan menjadi indikator utama keberhasilan bisnis. Proses penciptaan nilai melibatkan tindakan efektif perusahaan dalam menciptakan nilai lebih dari investasi sumber daya yang dilakukan. Nilai tambah yang dihasilkan dapat meningkatkan daya tarik investasi serta mendorong kesejahteraan pemangku kepentingan baik secara internal maupun eksternal. Menurut Ulum (2009), penciptaan nilai unggul menjadi basis keunggulan kompetitif yang membuka peluang keuntungan maksimal.

Salah satu alat ukur penciptaan nilai yang umum digunakan adalah Economic Value Added (EVA). Metode ini, sebagaimana dijelaskan oleh Brigham dan Houston (2010), menghitung nilai tambah ekonomis perusahaan melalui langkah-langkah tertentu. Prosesnya meliputi perhitungan laba operasional bersih setelah pajak (Net Operating Profit After Tax atau NOPAT), modal investasi, biaya modal rata-rata tertimbang (Weighted Average Cost of Capital atau WACC), hingga perhitungan beban modal dan selisih laba bersih dengan beban modal tersebut. Hasil EVA positif ($EVA > 0$) menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai lebih, sementara EVA negatif mencerminkan ketidakmampuan menghasilkan nilai tambahan.

Sektor konstruksi bangunan merupakan salah satu sektor penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, sektor ini memberikan sumbangsih sebesar 10,48% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada triwulan IV tahun 2021. Meskipun demikian, penciptaan nilai perusahaan di sektor ini belum mencapai hasil optimal. Banyak perusahaan dalam sub sektor ini masih menunjukkan nilai EVA negatif selama periode 2017-2021.

Dari analisis perusahaan di sub sektor konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, mayoritas perusahaan masih belum mampu menciptakan nilai secara konsisten. Tercatat bahwa dari 17 perusahaan yang disurvei, hanya empat perusahaan yang mencatat EVA positif pada tahun tertentu. Sisanya terus mengalami defisit EVA setiap tahunnya, mencerminkan kesenjangan dalam strategi penciptaan nilai.

Beberapa faktor telah diidentifikasi memengaruhi penciptaan nilai perusahaan. Menurut Mangoting dkk (2019), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (**Corporate Social Responsibility/CSR**) dan penerapan tata kelola perusahaan yang baik (**Good Corporate Governance/GCG**) memainkan peranan penting. Faktor lainnya adalah ukuran perusahaan dan leverage, seperti yang dijelaskan oleh Gusaptono (2012) dan Cristea dkk (2018).

Pengungkapan GCG menjadi komponen fundamental dalam menjaga efisiensi, kepercayaan stakeholder, dan keberlanjutan usaha. Implementasi GCG yang efektif dapat mereduksi konflik antara manajemen dan pemegang saham, memperbaiki transparansi, serta

mendukung peningkatan nilai saham (Ammann et al., 2010) (Nurfatimah, et al., 2022) . Namun, penelitian mengenai pengaruh GCG terhadap penciptaan nilai menunjukkan hasil beragam. Mangoting dkk (2019) dan Wahyudin & Solikhah (2017) mengindikasikan pengaruh positif, sementara Dewi & Sari (2015) mencatat pengaruh negatif.

Penerapan CSR juga menjadi bagian dari komitmen perusahaan dalam menjaga reputasi serta menciptakan citra positif di mata pemangku kepentingan. Penelitian oleh Vanhamme dkk (2012) menyatakan adanya hubungan positif antara aktivitas CSR dan peningkatan GCG. Namun, beberapa studi seperti Parbopangestu & Subowo (2014) mencatat hasil yang bertolak belakang.

Ukuran perusahaan dan leverage turut menjadi variabel penting. Perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki sumber daya dan akses pendanaan yang lebih baik, sehingga lebih berpotensi menciptakan nilai tambah (Handarin, 2018) (Fadilah, et al., 2023). Namun, ukuran perusahaan juga dapat menghadirkan kompleksitas manajerial yang menantang. Sementara itu, leverage menunjukkan hubungan antara jumlah utang dan aset perusahaan. Leverage yang tinggi, sebagaimana dijelaskan oleh Ross (1997), dapat memberikan sinyal positif terhadap prospek bisnis jika diiringi dengan pengelolaan yang baik.

Dari analisis di atas, terlihat bahwa pengelolaan strategi nilai dan implementasi faktor-faktor terkait penciptaan nilai perusahaan memerlukan perhatian lebih. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh CSR, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap value creation dengan memasukkan variabel intervening berupa GCG. Objek penelitian berfokus pada perusahaan konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami dinamika penciptaan nilai, khususnya di sektor strategis ini.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan dari masing-masing variabel yang diteliti yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Value Creation*.

Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, *Leverage* terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Value Creation*.

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan sub sektor konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 sebanyak 21 perusahaan atau 105 laporan tahunan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berupa angka (Sugiyono, 2017). Dilihat dari dimensi waktu, data dalam penelitian ini data digolongkan pada data *pooling* atau panel yang merupakan gabungan dari data *time series* dan *cross section*. Berdasarkan sumbernya penelitian ini menggunakan data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com berupa laporan tahunan Perusahaan Jasa Sub Sektor Konstruksi Bangunan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021. Teknik pemilihan sampel

dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *quota sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (*quota*) yang di inginkan.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi tidak berpartisipasi. Menurut menurut Sugiyono (2015) observasi tidak berpartisipasi adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian dengan cara tidak melibatkan diri atau ikut serta langsung dalam kegiatan observasi yang menjadi objek pengamatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif *Value Creation*

Value creation atau penciptaan nilai adalah sebuah proses kegiatan atau inti sebuah kegiatan yang dilakukan secara efisien oleh perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan. Indikator yang digunakan untuk menghitung *value creation* dalam penelitian ini yaitu dengan *Economic Value Added* (EVA).

Analisis Deskriptif Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance adalah seperangkat aturan-aturan yang wajib dilaksanakan untuk mengelola, mengatur, mengendalikan dan mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi yang berkesinambungan demi kesejahteraan hubungan pemegang saham, pemegang internal maupun eksternal, kreditur, karyawan, pemerintah, dan masyarakat. Indikator yang digunakan untuk menghitung pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam penelitian ini yaitu dengan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) dipublikasikan oleh *the Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) yang memiliki 103 indikator.

Analisis Deskriptif Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan di dalam laporan perusahaan atas kegiatan ekonomi yang dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dan terhadap masyarakat keseluruhan dan lingkungan di sekitar perusahaan (Purnama, et al., 2016). Indikator yang digunakan untuk menghitung pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini yaitu dengan *CSR Score*, memiliki 6 tema dan 91 item.

Analisis Deskriptif Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala yang dimana diklasifikasikan besar kecilnya sebuah perusahaan dilihat dari berbagai aspek seperti total aset, rata-rata total aktiva, nilai pasar saham, total penjualan, rata-rata penjualan, total laba, jumlah karyawan dan lain-lain. Indikator yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan dalam penelitian ini yaitu dengan logaritma dari total aktiva.

Analisis Deskriptif *Leverage*

Leverage adalah rasio yang mengukur seberapa banyak tingkat hutang yang digunakan untuk membiayai aktivitas operasi bisnis, artinya seberapa besar hutang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan aset yang dimiliki, atau rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban- kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya (total hutang/total aset). Indikator yang digunakan untuk menghitung *leverage* dalam penelitian ini yaitu dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan menggunakan *software IBM SPSS ver. 20* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Sub Struktur 1, 2 dan 3

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Sub. Struktural 1	Sub. Struktural 2	Sub. Struktural 3
N	85	85	85
Mean	0E-7	.0143152	0E-7
Normal Parameters ^{a,b}		137331676881	
Std. Deviation	.03387060	5	605226.1533
Absolute	.134	.154	.115
Most Extreme Positive Differences	.134	.124	.115
Negative	-.053	-.154	-.107
Kolmogorov-Smirnov Z	1.063	1.221	.514
Asymp. Sig. (2-tailed)	.208	.101	.954

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan *SPSS ver. 20*

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk sub struktur 1 sebesar 1,063 dengan signifikansi 0,208 yang lebih besar dari 0,05 ($0,208 > 0,05$) yang berarti bahwa data sub struktur 1 berdistribusi normal. Untuk sub struktur 2 nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1,221 dengan signifikansi 0,101 yang lebih besar dari 0,05 ($0,101 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data sub struktur 2 berdistribusi normal. Sedangkan sub struktur 3 nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,514 dengan signifikansi 0,954 yang lebih besar dari 0,05 ($0,954 > 0,05$) sehingga disimpulkan bahwa data sub struktural 3 berdistribusi normal.

Hasil Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan mengakibatkan peningkatan pada pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Artinya semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya apabila semakin rendah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) akan semakin menurun. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vanhamme dkk. (2012), Salsabilla (2012) dan Wati (2018) yang menyatakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG).

Sejalan dengan teori agensi *Good Corporate Governance* (GCG) mampu menyelesaikan konflik asimetris informasi perbedaan kepentingan yang terjadi antara agen dan prinsipal. Sehingga apabila terjadi semakin tingginya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perusahaan maka akan menimbulkan banyak permasalahan asimetris informasi yang terjadi antara pihak agen dan partisipal. Kemudian untuk menyelesaikan permasalahan akibat dari tingginya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menimbulkan banyaknya asimetri informasi tersebut, maka perusahaan meningkatkan *Good Corporate Governance* (GCG) untuk menyelesaikan permasalahan asimetri antara agen dan partisipal tersebut.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang artinya ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif tetapi tidak bisa digeneralisasi untuk populasi. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka hal tersebut tidak akan berpengaruh meningkatkan atau menurunkan nilai pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahman & Afrin (2016), Yusuf dkk. (2017) dan Yunita & Irawan (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Good Corporate Governance* (GCG).

Sejalan dengan teori agensi yang dimana ukuran perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Namun di dalam hasil penelitian ini ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Sehingga mau semakin besar atau kecilnya ukuran perusahaan hal tersebut tidak akan mempengaruhi meningkat atau menurunkan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Artinya setiap besarnya atau kecilnya sebuah ukuran perusahaan hal tersebut sama sekali tidak akan mempengaruhi perusahaan di dalam meningkatkan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Karena pengungkapan *Good Corporate*

Governance (GCG) tetap harus dilakukan dan diterapkan untuk perencanaan dan pengelolaan operasional kegiatan perusahaan agar efektif dan efisien tanpa memandang besar atau kecilnya ukuran perusahaan (Meisyta, et al., 2021). Selain itu dalam meningkatkan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) dapat dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor budaya dan nilai-nilai perusahaan yang dimana pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) seringkali didasarkan pada budaya, nilai-nilai, dan kesadaran serta komitmen manajemen perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Artinya semakin tinggi rasio hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktifitas perusahaan, maka semakin rendah perusahaan melakukan pengendalian *Good Corporate Governance* (GCG) didalam perusahaan. Sebaliknya semakin rendah tingkat rasio utang yang digunakan maka akan semakin tinggi perusahaan memperhatikan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pamungkas & Muid (2012), Setiawan (2012) dan Natalia (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan hubungan antara *leverage* terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG).

Sejalan dengan teori agensi yang menyatakan hubungan antara partipical dan agen haruslah saling berkaitan dan dapat membantu di dalam penyelesaian masalah kinerja perusahaan. Melalui kerjasama antra agen dan partisipal diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang timbul akibat penggunaan *leverage* di dalam aktifitas pembiayaan perusahaan dengan baik (Nurhandika, et al., 2024). Dari hasil penelitian ini menunjukan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG), hal tersebut terjadi disebabkan oleh adanya rasio hutang yang begitu tinggi digunakan perusahaan untuk membiayai aktifitas perusahaan yang dimana hal tersebut lebih diperhatikan oleh pihak kreditur, sehingga dibalik tingginya rasio *leverage* tersebut akhirnya membuat perusahaan tidak memperhatikan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) dengan baik.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap *Value Creation*

Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *value creation*. Hal ini menunjukan bahwa perubahan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan dan *leverage* akan mengakibatkan perubahan pada pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini juga bisa dijadikan dasar pertimbangan dalam membuat keputusan yang menyangkut masalah *value creation* yang dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage*, pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG).

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukan pengaruh pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) sebesar 0,627 atau 62,7% dan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Value Creation*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *value creation*, yang artinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif tetapi tidak bisa di generalisasi untuk populasi. Sehingga semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka hal tersebut tidak akan berpengaruh meningkat atau menurunkan penciptaan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ioannou & Serafeim (2016) dan Park & Kim (2017) bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *value creation*.

Sejalan dengan teori sinyal bahwa perusahaan haruslah memberikan laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lengkap agar tidak adanya kesenjangan informasi yang terjadi, dan perusahaan harus mampu juga memberikan informasi lengkap kepada investor agar para investor dapat memberikan keputusan investasi untuk perusahaan. Meskipun di dalam sebuah perusahaan memiliki tujuan berbeda terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Salah satu tujuan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan adalah hanya berfokus pada upaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berorientasi pada pemangku kepentingan. Sedangkan perusahaan yang lain lebih fokus pada inisiatif lingkungan atau komunitas. Sehingga dari hal tersebut memberikan penjelasan bahwa dilihat dari tujuan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tidak ada keterkaitan akan mempengaruhi terhadap peningkatan penciptaan nilai karena perusahaan hanya berfokus pada peningkatan lingkungan hubungan sosial melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Value Creation*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *value creation*. Artinya semakin besar ukuran perusahaan yang dimiliki perusahaan maka semakin rendah perusahaan meningkatkan penciptaan nilai di dalam perusahaan. Sebaliknya semakin rendah ukuran perusahaan yang dimiliki maka akan semakin tinggi perusahaan menciptakan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Euis Soleha & Tasman (2002) dan Adel dkk. (2008) serta Handarin (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *value creation*.

Sejalan sesuai dengan teori stakeholder, dimana ukuran perusahaan besar atau kecilnya perusahaan akan menjadi penilaian bagi para investor. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *value creation*. Sehingga Semakin besar perusahaan, semakin sulit bagi manajemen untuk mengambil keputusan yang efisien dan cepat. Proses pengambilan keputusan yang lambat dan birokrasi yang kompleks dapat menyebabkan kehilangan peluang, menghambat inovasi, dan menghambat pertumbuhan (Damayanti, et al., 2023). Selain itu, perusahaan besar cenderung memiliki struktur organisasi yang kompleks dan biaya operasional yang tinggi, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menciptakan nilai secara efisien (Nurhandika, et al., 2021). Selain itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar memiliki kelemahan dalam hal fleksibilitas, adaptasi, dan kemampuan untuk merespons perubahan pasar dengan lambat. Ukuran perusahaan yang besar sering kali memiliki struktur

organisasi yang lebih rumit, biaya operasional yang lebih tinggi, dan kemampuan untuk mengambil keputusan yang lambat. Hal ini dapat memberikan kelemahan dalam kompetitif terhadap menciptakan nilai (Wiharno, et al., 2022).

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Value Creation*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *value creation*. Artinya semakin tinggi rasio hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktifitas perusahaan, maka semakin rendah perusahaan meningkatkan penciptaan nilai didalam perusahaan. Sebaliknya semakin rendah tingkat rasio utang yang digunakan maka akan semakin tinggi perusahaan mampu meningkatkan penciptaan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gusaptono, R. H. (2010) dan Zakia (2015) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *value creation*.

Sejalan sesuai dengan teori sinyal, pihak perusahaan haruslah memberikan gambaran jelas mengenai informasi *leverage* perusahaan yang akan disampaikan kepada para investor. Informasi yang disampaikan kepada investor adalah hal yang patut dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada para investor. *Leverage* merupakan sebuah penanda informasi risiko yang terdapat di perusahaan yang dimana artinya semakin tinggi *leverage* maka risiko investasi yang dimiliki pun semakin besar pula. Oleh karena itu pihak investor dapat memberikan keputusan lebih cermat untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Dengan demikian dari hal tersebut, sebuah perusahaan haruslah memberikan gambaran jelas mengenai risiko investasi melalui besar kecilnya sebuah *leverage* yang dimiliki perusahaan sehingga investor mampu memberikan keputusan efektif dan cepat di dalam penanaman modal terhadap perusahaan, keputusan investor yang cepat dapat menentukan perusahaan menciptakan nilai perusahaannya.

Pengaruh Pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap *Value Creation*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *value creation* artinya pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki pengaruh positif tetapi tidak bisa di generalisasi untuk populasi. Sehingga mau semakin tinggi pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) maka hal tersebut tidak akan berpengaruh meningkat atau menurunkan penciptaan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bhagat & Bolton (2008), Kim dkk. (2012) dan Dewi & Sari (2015) bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) dapat berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *value creation*. Pengungkapan *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap penciptaan nilai perusahaan, maka daripada itu kenaikan atau penurunan pada suatu penciptaan nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh nilai pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini disebabkan karena aspek *Good Corporate Governance* (GCG) lebih berfokus pada kepatuhan terhadap aturan dan peraturan, bukan pada upaya menciptakan nilai ekonomi yang dimana pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) hanya dilihat oleh perusahaan sebagai tabel "*checklist*" kepatuhan perusahaan terhadap prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) saja, tanpa adanya jaminan mempengaruhi menambah nilai *value creation*. Hal berikutnya dapat disebabkan karena shareholders tidak

terlalu memperhatikan kegiatan *Good Corporate Governance* (GCG) yang dilakukan oleh perusahaan di dalam kegiatan operasionalnya. Sehingga meskipun nilai pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang diungkapkan perusahaan begitu besar tetapi hal itu secara jumlah dianggap tidak mampu mengimbangi dominasi shareholders mayoritas dalam pengambilan keputusan strategis untuk melakukan penciptaan nilai perusahaan (Nurhandiaka, et al., 2023).

Sejalan dengan teori keagenan dimana *Good Corporate Governance* (GCG) dapat menyelesaikan kesenjangan informasi antara agen dan partisipal secara efektif dan efisien. Namun di dalam hasil penelitian ini pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap *value creation*. Sehingga mau semakin tinggi atau rendahnya nilai pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) maka hal tersebut tidak akan mempengaruhi meningkat atau menurunkan nilai *value creation*. Hal ini karena pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) hanya dipandang sebagai tabel “*checklist*” kepatuhan perusahaan terhadap prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) saja, tanpa adanya jaminan menambah nilai *value creation*. Sehingga di dalam sebuah perusahaan aspek *Good Corporate Governance* (GCG) lebih berfokus pada kepatuhan terhadap aturan dan peraturan, bukan pada upaya menciptakan nilai ekonomi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *value creation* dengan pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel *intervening* pada perusahaan sub sektor konstruksi bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021, maka pada bagian akhir penelitian ini penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage* akan berpengaruh terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG).
2. Pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini menunjukkan apabila semakin tinggi pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR) maka pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya apabila semakin rendah pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR) maka pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) akan semakin menurun.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang artinya ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif tetapi tidak bisa digeneralisasi untuk populasi. Sehingga mau semakin tinggi atau semakin rendahnya ukuran perusahaan hal tersebut sama sekali tidak akan mempengaruhi meningkat atau menurunkan nilai pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG).
4. *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini menunjukkan semakin tinggi rasio hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktifitas perusahaan, maka semakin rendah perusahaan melakukan pengendalian *Good Corporate Governance* (GCG) didalam perusahaan.

Sebaliknya semakin rendah tingkat rasio utang yang digunakan maka akan semakin tinggi perusahaan memperhatikan pengungkapan Good Corporate Governance (GCG).

5. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan, leverage secara bersama-sama berpengaruh terhadap value creation. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage* akan berpengaruh terhadap value creation.
6. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap value creation. artinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif tetapi tidak bisa digeneralisasi untuk populasi. Sehingga mau semakin tinggi atau semakin rendahnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) hal tersebut sama sekali tidak akan mempengaruhi meningkat atau menurunkan nilai value creation.
7. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap value creation. Hal tersebut menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan yang dimiliki perusahaan maka semakin rendah perusahaan meningkatkan penciptaan nilai di dalam perusahaan. Sebaliknya semakin rendah ukuran perusahaan yang dimiliki maka akan semakin tinggi perusahaan menciptakan nilai perusahaan.
8. *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap value creation. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktifitas perusahaan, maka semakin rendah perusahaan meningkatkan penciptaan nilai didalam perusahaan. Sebaliknya semakin rendah tingkat rasio utang yang digunakan maka akan semakin tinggi perusahaan mampu meningkatkan penciptaan nilai perusahaan.
9. Pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap value creation. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) memiliki pengaruh positif tetapi tidak bisa digeneralisasi untuk populasi. Sehingga mau semakin tinggi atau semakin rendahnya pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) hal tersebut sama sekali tidak akan mempengaruhi meningkat atau menurunkan nilai value creation.
10. Pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) tidak dapat memediasi hubungan antara pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan value creation. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatkan maupun menurunkan nilai pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak akan mempengaruhi value creation melalui pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) sebagai variabel intervening.
11. Pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) tidak dapat memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan value creation. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan memperbesar atau memperkecil ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi value creation melalui pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) sebagai variabel intervening.
12. Pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) tidak dapat memediasi hubungan antara leverage dengan value creation. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan

meningkatkan maupun menurunkan *leverage* tidak akan mempengaruhi *value creation* melalui pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel *intervening*.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Abdurahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Abdurrahman, M., Sambas, A. M., & Ating, S. (2011). *Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Damayanti, D. N., Suhendar, D., & Martika, L. D. (2023). Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 9(1).
- Effendi, M. A. (2016). *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Salemba Empat.
- Fadilah, A., Wiharno, H., & Nurfatimah, S. N. (2023). Pengaruh Harga Saham, Return Saham, Volatilitas Harga Saham, Ukuran Perusahaan Dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Bid-Ask Spread Saham. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (6), 212-226.
- Fahmi, Irham. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. (2009). *Metode Penelitian*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kelima, UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Ibrahim. 2007. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nurfatimah, S., Suhendar, D., Rahmawati, T., & Syarifudin, S. (2022, August). The Effect of Family Ownership on Corporate Social Responsibility with Cost of Capital as Moderating. In *Proceedings of the 2nd Universitas Kuningan International Conference on System, Engineering, and Technology, UNISSET 2021, 2 December 2021, Kuningan, West Java, Indonesia*.
- Nurhandiaka, A. (2023). HOW DOES THE ROLE OF POLITICAL CONNECTIONS INFLUENCE THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SCORES. *International Journal of Management, Economic, Business and Accounting*, 2(3), 14-22.

- Nurhandika, A., Martika, L. D., & Febriansyah, Y. (2024). CHARACTERISTICS OF THE AUDIT COMMITTEE AND BOARD OF DIRECTORS: HOW DO THEY INFLUENCE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 136-148.
- Meisyta, E. D., Yusuf, A. A., & Martika, L. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 7(1).
- Messier, W. F., Glover, S. M., & Prawitt, D. F. (2006). *Auditing and Assurance Services a Systematic Approach (4th ed.)*. Penerbit Salemba 4. McGraw- Hill Irwin. Singapore.
- Rahardjo, Budi. (2005). *Laporan Keuangan Perusahaan, seri membaca, memahami, menganalisis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Gajah Mada.
- Rahmawati. 2012. *Teori Akuntansi Keuangan. Edisi Pertama*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sartono, A. (2008). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Empat. BPFE: Yogyakarta.
- Sudana, I Made. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga. Sugiyono, et. al. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Akuntansi Dasar dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta : Indeks.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility/Tanggung Jawab)*. PT Gramedia. Jakarta.
- Young, S. David dan Stephen F, O'Byrne. (2001). *EVA dan Manajemen Berdasarkan Nilai*. Jakarta : salemba Empat

Referensi Jurnal

- Adel Boubaker , Walid Mensi, Duc Khuong Nguyen. (2008). *More on corporate diversification, firm size and value creation. Economics Bulletin*, Vol. 7, No. 3 pp. 1-7.
- Adi, Emmanuel Nugraha Pratama. (2013). Pengaruh Posisi dan Kinerja Keuangan serta Tata Kelola Perusahaan Terhadap Tingkat Kesehatan Keuangan Perusahaan : Studi Empiris Pada Emiten Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Agusti, R. dan Pertiwi, N. (2013). Pengaruh Kompetensi, Independensi, dan Profesionalisme terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ekonomi*, Vol.21, No.3. September 2013.
- Agustini, Yuli. (2011). “Pengaruh Daya Informasi Akuntansi Pada Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Cost Of Equity Capital”. Tesis Tidak Dipublikasikan. Universitas Udayana.
- Amin, C., & Lastanti, H. S. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dan Value Creation Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 339- 364.
- Anggraeni, Nevira, dan Sayidah Nur (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan prodi Akutansi, Universitas Dr.Soetomo Surabaya*, Vol 1, No 2, September 2017, hlm 100-114.
- Baihaqi, A. (2019). *Pengaruh Rasio Profitabilitas Dan Rasio Likuiditas Terhadap Penciptaan Nilai (Value Creation) Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2013- 2017* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banjarmasin).
- Basuki, Ismu. (2006). Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta (2003).
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung.
- Bhagat, S., & Bolton, B. (2008). Does Corporate Governance Affect Firm Value in Emerging Markets? Evidence from India. *The Journal of Law, Economics, and Organization*.
- Bowman, C., & Ambrosini, V. (2007). Firm value creation and levels of strategy. *Management Decision*, 45(3), 360–371. <https://doi.org/10.1108/00251740710745007>
- Bramantyo Djohanputro. 2012. *Manajemen Risiko Korporat Terintegrasi*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Ciasullo, M. V., & Troisi, O. (2013). Sustainable value creation in SMEs: A case study. *TQM Journal*, 25(1), 44–61. <https://doi.org/10.1108/17542731311286423>
- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20(1), 92- 117.
- Dang, C., Li, Z. F., & Yang, C. (2018). Measuring firm size in empirical corporate finance. *Journal of banking & finance*, 86, 159-176.
- Daniri, M. A. (2005). *Good Corporate Governance: Konsep dan penerapannya di Indonesia*. Jakarta: Ray Indonesia.

- Dewi, G. A. P., & Sari, M. M. R. (2015). Pengaruh Insentif Eksekutif, Corporate Risk dan Corporate Governance pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Udayana*, 13(1), 50–67.
- Dossugi, S. (2009). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penciptaan Nilai Pada Perusahaan-Perusahaan di Bursa Efek Jakarta. *Journal of Applied Finance & Accounting*, 2(1), 67-75.
- Euis Soleha dan Tasman. (2002). Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, September 2002.
- Fauziyyah, D. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018) (*Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia*).
- Gusaptono, R. H. (2012). Faktor-Faktor yang Mendorong Penciptaan Nilai Perusahaan di BEI. *Buletin Ekonomi*.
- Handarini, D. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penciptaan Nilai Pemegang Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 13(2), 157-175.
- International Journal of Law and Management*, 57(1), 38–52.
- Ioannou, I., & Serafeim, G. (2016). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: Evidence From European Companies*.
- Irmawati. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Good Corporate Governance Pada Pt. Adira Dinamika Multi Finance Tbk. Cabang Makassar. Skripsi. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Istriana, W. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Tata Kelola Perusahaan*.
- Itan, I., & Antoni, A. (2021). Does corporate governance influence value creation: Assessing the mediating role of csr and tax avoidance. *Jurnal Ekonomi Balance*, 17(2), 301-316.
- Jensen & Meckling. (1976). *Teori Firm: Perilaku Manajerial Biaya Agency dan Struktur Kepemilikan*.
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh corporate social responbility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(1), 14-28.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). The Impact of Corporate Governance on Firm Value: Evidence from the Korean Market. *Journal of Financial Ecoeconomic*.
- Lautermann, C. (2013). The ambiguities of (social) value creation: towards an extended understanding of entrepreneurial value creation for society. *Social Enterprise Journal*, 9(2), 184–202. <https://doi.org/10.1108/sej-01-2013->

- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan sales growth terhadap tax avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127-138.
- Mangoting, Y., Badalu, J. P., Gozal, V. A., & Pranata, S. W. (2019). Peran Corporate Sosial Responsibility dan Tax Avoidance Dalam Mempengaruhi Good Corporate Governanve Terhadap Vileu Creation. *Asset Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 8 No. 2*, Hlmn. 146-156.
- Mispiyanti, M., & Junaidi, J. (2022). Determinan Firm Value Creation Di Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2985-2992.
- Natalia, P. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Governance Pada Laporan Tahunan. Skripsi. *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang*
- Nurdiana. (2012). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Firm Size Terhadap Good Corporate Governance*. Skripsi.
- Nurhandika, A., & Manalu, V. G. (2021). Analisis Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pemilihan Auditor Eksternal. *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 7(1).
- Orville C. Walker and John W. Mullins, 2014. (2014). *Marketing strategy: a decisionfocused approach*. 8th edition. 1221 Avenue of the Americas, New York, NY10020: McGraw-Hill.
- Pamungkas, I., & Muid, D. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Good Corporate Governance Rating (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Laporan Indeks CGPI Tahun 2009-2011). *Diponegoro Journal of Accounting*, 376-386.
- Praleo, V. (2021). *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Purbopangestu, H. W., & Subowo. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang*, 3(3).
- Purnama, D., Pinasti, M., & Herwiyanti, E. (2016). Pengaruh Manajemen Laba, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 12(1), 1-12.
- Rahman, M. L., & Afrin, F. (2016) *Corporate governance disclosure in developing countries : Evidence from Bangladesh*.
- Ramdhaningsih, A., & Utama, I. M. K. (2013). *Pengaruh Indikator Good Corporate Governance dan Profitabilitas Pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility*.
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi danManajemen*, 1(2), 99-103.

- Rohmawan, R., Oktaviani, Y., & Yandri, P. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 157-166.
- Rompas, S. A. C., Murni, S., & Saerang, I. S. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Sabilla, R. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Corporate Governance Perception Index (CGPI)*.
- Saepul, D., & Nurochmah, M. (2022). Pengaruh Likuiditas Saham Dan Kebijakan Dividen Terhadap Penciptaan Nilai (Value Creation)(Survei Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015–2019) (*Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi*).
- Santoso, W. P., & Sopyan, S. (2023). Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Value Creation (Studi Empiris Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2021). *Jurnal Ilmu Siber (JIS)*, 2(1), 6-11.
- Sari, R. M. (2022). *FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TATA KELOLA PERUSAHAAN (Studi Empiris Perusahaan Terdaftar dalam Laporan Indeks CGPI Tahun 2015–2020) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta-Menteng)*.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Surakarta: IAI.
- Setiawan, I. G. A. N. A. P., & Mahardika, D. P. K. (2019). Analisis Pengaruh Market To Book Value, Firm Size Dan Profitabilitas Terhadap Pengambilan Keputusan Lindung Nilai (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014–2017). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 124-140.
- Setiawan, Ivan. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Implementasi Good Corporate Governance. Skripsi S1. *Akuntansi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*.
- Shahin, A., & Zairi, M. (2007). Corporate Governance As A Critical Element For Driving Excellence In Corporate Social Responsibility. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 24(7), 753–770.
- Sherman, W. R. (2010). Measuring And Communicating The Value Created By An Organization. *American Journal of Business Education (AJBE)*, 3(5), 87– 98
- Sihwahjoeni. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Ukuran Perusahaan Dan Dampaknya Pada Manajemen Laba. *SNEMA-2015 Padang-Indonesia* .
- Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 3(2),

81–90. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/3852>

- Stuebs, M., & Sun, L. (2015). Corporate Governance And Social Responsibility. Sudiyatno, B., & Puspitasari, E. (2010). Tobin's Q Dan Altman Z-Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, 2(1), 9–21.
- Suhardi, D. A., & Isfarudi. (2009). Efektivitas variabel mediator berdasarkan kontribusinya dalam model mediasi sederhana. *Jurnal Matematika, Sains, & Teknologi*, 10 (1), 6-17.
- Sunardi, S., & Holiawati, H. (2013). Pengaruh Corporate Governance Perception Index (cgpi) dan opini audit terhadap harga saham (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di The Indonesian Institute For Corporate Governance Tahun 2009-2013). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 4(1), 268506.
- Susanti, S. I. A. (2011). Pengaruh Kualitas Corporate Governance, Kualitas Audit, dan Earnings Management Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 145–161.
- Suwito, Edy dan Arleen Herawaty. (2005). Ukuran Perusahaan, Rasio Profitabilitas Perusahaan, Rasio Leverage Operasi Perusahaan, Net Profit Margin Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di BEJ. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) VI*, Solo, September, hal. 65-78.
- Taman, A., & Nugroho, B. A. (2011). Determinan Kualitas Implementasi Corporate Governance pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2004-2008. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, IX(1), 1-23.
- Tan Swee Lin, C., & Smyrniotis, K. X. (2007). Customer-Value Based Marketing Activities in Fast-Growth Firms. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1108/14715200780001340>
- Vanhamme, J., Lindgreen, A., Reast, J., & Van Popering, N. (2012). *To do well by doing good: Improving corporate image through cause-related marketing*. *Journal of business ethics*, 109, 259-274.
- Wahyudin, A., & Solikhah, B. (2017). Corporate Governance Implementation Rating in Indonesia and Its Effects on Financial Performance. *Corporate Governance : The International Journal of Business in Society*, 17(2), 250– 265.
- Wahyuningrum, Norma. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015). Skripsi. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*. Malang.
- Wardoyo & Veronica, Theodore, M. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Jakarta.
- Wati, L. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dengan Gri 3. *Jurnal Ecodemica* Vol. 8 No. 2.

- Wiharno, H., Martika, L. D., & Rismaya, R. (2022). Pengaruh Kepemilikan Kas, Rencana Bonus, Risiko Keuangan, Nilai Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perataan Laba. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 2(3), 377-395.
- Yuliana, L., Yuyetta, A., Nur, E. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Leverage Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar BEI Tahun 2013-2015). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1-13.
- Yunita, F., & Irawan F. (2018). *The impact of firm size on corporate governance disclosure: Evidence from Indonesian Listed Companies*.
- Yusuf, S. N. S., Abd Rahman, M. F., Salam, M., Mastuki, N. A., Lokman, N., Yaacob, N., & Abdullah, S. M. M. (2021). *The Effect of Firm Size on Corporate Governance Disclosure : Evidence from Malaysia Public Listed Companies*. *Management & Accounting Review (MAR)*, 20(2), 179-208.
- Zakia, Dewi. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penciptaan Nilai*.
- Zubac, A., Hubbard, G., & Johnson, L. W. (2010). The RBV and value creation : a managerial perspective. <https://doi.org/10.1108/09555341011068921>