

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Analisis Pengungkapan Sustainability Reporting dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Keuangan sebagai Variabel Mediasi

Husnah, Djayani Nurdin, Asngadi, Niluh Putu Evvy R & Maskuri Sutomo

Department of Management, Tadulako University, Palu, Indonesia

Email: husnah@untad.ac.id, niluh@untad.ac.id, asngadi@untad.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of sustainability reporting and corporate social responsibility (CSR) on firm value, with financial management as a mediating variable. The research method uses a quantitative approach with panel data on banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2022–2024 period. Data were obtained from annual reports, sustainability reports, and company financial reports. Path analysis and the Sobel test were used to examine the mediating role of financial management. The results show that sustainability reporting and CSR have a negative and significant effect on both firm value and financial management. Conversely, financial management has a positive and significant effect on firm value. The mediation test revealed that financial management does not mediate the effect of sustainability reporting on firm value, but it does mediate the effect of CSR on firm value. These findings confirm that sustainability and CSR disclosure practices are not yet viewed as primary considerations by investors. Therefore, their implementation needs to be carried out consistently, credibly, and aligned with core business strategies to increase firm value, providing clear implications for practice.

Keywords sustainability reporting, CSR, financial management, firm value.

1. Pendahuluan

Sustainability reporting (laporan keberlanjutan) merupakan salah satu bentuk transparansi perusahaan dalam mengungkapkan kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (*Environmental, Social, and Governance/ESG*). Tren global dan regulasi yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk menyajikan laporan keberlanjutan yang komprehensif. Hal ini berdampak pada persepsi investor dan pemangku kepentingan yang pada akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan (Dhaliwal *et al.*, 2023). Namun, pengungkapan *sustainability reporting* tidak berdiri sendiri dalam memengaruhi nilai perusahaan. Manajemen keuangan sebagai proses pengelolaan dana dan risiko keuangan perusahaan diduga berperan sebagai variabel mediasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara pengungkapan *sustainability reporting* dan nilai perusahaan (Wang & Lee, 2024). Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman lebih mendalam bagaimana praktik *sustainability reporting* mempengaruhi nilai perusahaan melalui pengelolaan keuangan yang efektif, sehingga memberikan *insight* bagi manajemen, investor, dan regulator.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Analisis pengungkapan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan dengan manajemen keuangan sebagai variabel mediasi telah didukung oleh sejumlah penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan yang signifikan antara praktik pengungkapan keberlanjutan dengan peningkatan nilai perusahaan. Dhaliwal *et al.* (2023) menemukan bahwa *sustainability reporting* mampu menurunkan *cost of equity* sekaligus meningkatkan nilai perusahaan, mengindikasikan bahwa pengungkapan informasi ESG dapat mengurangi risiko investasi dan meningkatkan kepercayaan investor. Temuan ini diperkuat oleh Cho *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa *ESG disclosure* tidak hanya mengurangi konflik agensi tetapi juga memperbaiki persepsi pasar terhadap perusahaan, sehingga berdampak positif pada valuasi. Lebih lanjut, Wang & Lee (2024) mengungkapkan bahwa manajemen keuangan berperan sebagai mediator yang efektif dalam hubungan antara pengungkapan ESG dan kinerja perusahaan, menunjukkan bahwa praktik keuangan yang baik dapat memperkuat dampak positif *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Di konteks Indonesia, Handoko & Wulandari (2023) juga membuktikan bahwa *CSR disclosure* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya di sektor manufaktur, yang mengindikasikan bahwa pengungkapan aspek sosial dan lingkungan dapat menjadi sinyal positif bagi investor. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *sustainability reporting* tidak hanya berdampak langsung pada nilai perusahaan tetapi juga dimediasi oleh manajemen keuangan yang efektif, di mana pengelolaan sumber daya secara efisien dan transparansi laporan keuangan memperkuat hubungan antara praktik ESG dan peningkatan valuasi pasar. Temuan-temuan ini memberikan dasar empiris yang kuat bagi pentingnya integrasi *sustainability reporting* dengan strategi manajemen keuangan untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan pemangku kepentingan.

Penelitian ini merumuskan tiga masalah utama. Pertama, apakah pengungkapan *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?. Kedua, apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Ketiga, apakah manajemen keuangan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengungkapan *sustainability reporting* dan nilai perusahaan? Kedua pertanyaan ini diajukan untuk menguji sejauh mana praktik pengungkapan keberlanjutan dapat memengaruhi valuasi perusahaan serta peran strategi keuangan dalam memperkuat atau memediasi hubungan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *sustainability reporting* dan CSR terhadap nilai perusahaan serta menguji peran manajemen keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut (Du & Vieira, 2012). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya ingin membuktikan dampak langsung dari *sustainability reporting* dan CSR terhadap nilai perusahaan tetapi juga memahami mekanisme tidak langsung melalui pengelolaan keuangan yang efektif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pentingnya praktik keberlanjutan dan manajemen keuangan yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan (Beelitz & Merkl-Davies, 2012). Hasil penelitian Hanafuri & Gunarsih (2024) menunjukkan bahwa laporan keberlanjutan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan (CG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (H2). CG melemahkan hubungan antara laporan keberlanjutan dan nilai perusahaan (H3).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Studi AlObaid *et al* (2025) mengungkapkan bahwa CSR berbanding terbalik dengan nilai perusahaan, sedangkan IC menunjukkan korelasi positif dan COVID-19 berkorelasi negatif terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, IC dan COVID-19 secara bersama-sama memperkuat efek negatif CSR terhadap nilai perusahaan melalui mekanisme moderasi komplementer. Berdasarkan temuan penelitian, belanja CSR wajib terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Robustitas hasil dikonfirmasi melalui berbagai metode ekonometrik seperti *Regression Discontinuity Design* (RDD) dan *Randomization Inference Test*, serta beragam spesifikasi model empiris. Selain itu, studi ini mengungkapkan bahwa dampak positif CSR spending tersebut semakin kuat pada perusahaan yang menghadapi tingkat *information asymmetry* tinggi dan kepemilikan institusional (*institutional holdings*) yang rendah (Bhagawan & Mukhopadhyay, 2025).

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur di bidang *sustainability reporting*, manajemen keuangan, dan nilai perusahaan, khususnya dalam konteks mekanisme mediasi yang menghubungkan ketiganya. Sementara dari segi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan praktik pelaporan keberlanjutan dan pengelolaan keuangan untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, temuan penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi, praktisi bisnis, regulator, serta investor yang berkepentingan dengan isu keberlanjutan dan kinerja perusahaan.

2. Tinjauan Literatur

Teori Stakeholder. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab terhadap pemegang saham, tetapi juga terhadap seluruh pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Dalam konteks ini, Sustainability reporting menjadi instrumen penting bagi perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya sekaligus mempertanggungjawabkan kinerja keberlanjutannya kepada para stakeholder (Freeman et al., 2010). Pengungkapan sustainability reporting tidak hanya berfungsi sebagai bentuk transparansi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun legitimasi dan kepercayaan dari berbagai pihak yang berkepentingan. Dengan mengomunikasikan praktik-praktik ESG (Environmental, Social, and Governance), perusahaan dapat menunjukkan komitmennya dalam menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan, tidak hanya bagi pemegang saham tetapi juga bagi masyarakat luas dan lingkungan (Dhaliwal et al., 2011).

Teori Signal (Signaling Theory). Menurut teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1973) informasi yang disampaikan oleh perusahaan melalui berbagai bentuk pengungkapan, termasuk sustainability reporting, berfungsi sebagai mekanisme pensinyalan (*signaling mechanism*) yang mengkomunikasikan kondisi internal perusahaan kepada pihak eksternal, khususnya kepada investor dan pasar modal. Dalam konteks ini, sustainability reporting yang komprehensif dan berkualitas tidak hanya mencerminkan kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) perusahaan, tetapi juga berperan sebagai indikator penting mengenai kualitas manajemen dan prospek keberlanjutan perusahaan di masa depan. Sebagaimana diungkapkan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

oleh Wang & Lee (2024), pengungkapan keberlanjutan yang transparan dan konsisten menunjukkan praktik manajemen yang beretika serta komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip tata kelola yang baik (good corporate governance), yang pada akhirnya akan di respon positif oleh pasar melalui peningkatan nilai perusahaan.

Teori Agency. Teori agensi menjelaskan adanya potensi konflik kepentingan antara manajer (sebagai agen) dengan pemilik perusahaan (sebagai prinsipal) yang muncul akibat pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Konflik ini terutama disebabkan oleh adanya asimetri informasi dimana manajer memiliki akses informasi internal yang lebih lengkap dibandingkan pemilik perusahaan. sustainability reporting berperan penting sebagai mekanisme untuk mengurangi asimetri informasi tersebut melalui pengungkapan praktik-praktik lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) yang komprehensif (Jensen & Meckling, 2012). Seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Cho et al. (2023), pengungkapan ESG yang berkualitas tidak hanya mampu mengurangi konflik agensi tetapi juga secara signifikan memperbaiki persepsi pasar terhadap perusahaan.

Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan. Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa pelaporan keberlanjutan dipersepsikan sebagai alat evaluasi kinerja perusahaan oleh para stakeholder. Hubungan yang kuat dan terjalinnya kepercayaan dengan pemangku kepentingan dapat meningkatkan potensi investasi, produktivitas, serta volume penjualan, sehingga berdampak pada peningkatan profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan (Nuraisah & Laily, 2022). Global Reporting Initiative (GRI) berfokus pada upaya mewujudkan transparansi dan akuntabilitas pelaporan perusahaan dengan menyusun standar serta panduan sistematis untuk penyajian sustainability report. Aktivitas inti GRI menekankan pengembangan kerangka kerja yang terstandarisasi guna memandu entitas bisnis dalam mengungkapkan kinerja keberlanjutan secara komprehensif dan konsisten (Trisnawati & Subiyantoro, 2025). Hasil penelitian Hanafuri & Gunarsih (2024) menunjukkan bahwa laporan keberlanjutan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H1: Sustainability Reporting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

CSR terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan argumentasi sebelumnya, terdapat dua perspektif yang berlawanan terkait tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) (CSR). Perspektif pertama memandang CSR sebagai masalah keagenan (agency problem), dimana manajer menggunakan dana perusahaan atau menanggung biaya tambahan untuk meningkatkan reputasi pribadi di kalangan stakeholder, namun hal ini justru merugikan kepentingan pemegang saham. Sementara perspektif kedua menjelaskan bahwa pengeluaran CSR merupakan aktivitas penciptaan nilai (value-creating). Namun demikian, temuan studi empiris mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (firm value) hingga saat ini belum menunjukkan hasil yang konklusif (Junkus & Berry, 2015). Bukti empiris mengenai keterkaitan antara corporate social responsibility (CSR) rankings dengan peningkatan nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Temuan ini sangat dipengaruhi oleh variasi tipe perilaku CSR yang diteliti serta metode pengukuran firm performance yang diterapkan. Secara

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

umum, kinerja SR mutual funds dan indeks tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan jika dibandingkan dengan conventional funds atau indeks. Namun, validitas hasil tersebut sangat bergantung pada faktor-faktor seperti spesifikasi model, rentang periode penelitian, pemilihan benchmark, serta karakteristik metodologis lainnya yang digunakan dalam studi (Junkus & Berry, 2015). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H2: CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sustainability Reporting terhadap Manajemen Keuangan. Teori stakeholder berargumen bahwa pelaporan keberlanjutan (sustainability reporting) dipersepsikan oleh para stakeholder sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Relasi yang kuat dan terjalinnya kepercayaan dengan stakeholder dapat meningkatkan potensi investasi, produktivitas, serta volume penjualan, sehingga pada akhirnya berdampak pada peningkatan profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan (Trisnawati & Subiyantoro, 2025). Manajemen keuangan menjadi faktor penentu dalam keberlanjutan bisnis, yang tidak hanya bergantung pada pencapaian profitabilitas tetapi juga pada kapasitas perusahaan dalam memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan. Hasil penelitian empiris Sholikhah & Khusnah (2020) mengonfirmasi bahwa sustainability reporting berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan, dengan indikator pengukuran berupa Return on Assets (ROA). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H3: Sustainability reporting berpengaruh terhadap manajemen keuangan.

CSR terhadap Manajemen Keuangan. Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) oleh perusahaan dapat menciptakan berbagai bentuk dukungan yang berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan operasionalnya. Dukungan tersebut antara lain terwujud dalam bentuk loyalitas konsumen serta kinerja karyawan yang optimal, yang secara kolektif berkontribusi dalam peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Mahrani & Soewarno, 2018). Berdasarkan penelitian Maqbool & Zameer (2018), Corporate Social Responsibility (CSR) terbukti mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, khususnya dalam aspek profitabilitas dan market return, sehingga memberikan dampak positif secara keseluruhan. Implementasi CSR oleh perusahaan juga berfungsi sebagai sumber informasi tambahan bagi investor serta menjadi sinyal positif yang mendorong keputusan investasi pada perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H4: CSR berpengaruh terhadap manajemen keuangan.

Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan. Manajemen keuangan merepresentasikan pencapaian suatu entitas bisnis yang di gambarkan melalui kondisi finansialnya, yang dinilai berdasarkan tujuan, standar, serta kriteria yang telah ditetapkan dalam periode tertentu. Secara esensial, manajemen keuangan berfungsi sebagai alat ukur untuk mengevaluasi efektivitas perusahaan dalam mengelola aset guna menghasilkan profitabilitas (Suyanto & Bilang, 2023). Berdasarkan temuan penelitian, manajemen keuangan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga menunjukkan hubungan yang

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

searah dengan nilai perusahaan. Secara simultan, struktur modal berkontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mendorong peningkatan nilai perusahaan (Suyanto & Bilang, 2023). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H5: Manajemen Keuangan terhadap nilai perusahaan.

Sustainability Reporting, Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan. Manajemen Keuangan berfungsi sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara sustainability reporting dan firm value. Temuan penelitian menunjukkan bahwa profitability tidak hanya merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga menjadi mekanisme penyalur pengaruh ownership structure seperti kepemilikan managerial, institutional, dan foreign terhadap firm value. Dengan demikian, efektivitas sustainability reporting dalam meningkatkan nilai perusahaan sangat bergantung pada pencapaian kinerja keuangan, yang secara simultan dipengaruhi oleh komposisi kepemilikan saham. Manajemen Keuangan terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, studi ini mengungkap bahwa Manajemen Keuangan berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh aspek lingkungan (environmental) dan sosial (social) dari sustainability reporting terhadap nilai perusahaan, sementara aspek ekonomi (economic) tidak menunjukkan efek mediasi yang signifikan. Temuan ini menegaskan peran strategis sustainability reporting khususnya pada dimensi lingkungan dan sosial dalam mendorong peningkatan kinerja keuangan dan penciptaan nilai perusahaan berkelanjutan (long-term value) (Arif & Handayani, 2024). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H6: Manajemen Keuangan dapat memediasi hubungan antara sustainability reporting terhadap nilai perusahaan.

CSR, Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Manajemen Keuangan, yang didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan total aset yang dimiliki, dengan mempertimbangkan penyesuaian terhadap biaya pembiayaan aset tersebut yang merefleksikan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan profitabilitas (Sholikhah & Khusnah, 2020). Manajemen keuangan mampu memperkuat dampak positif yang signifikan dari CSR terhadap firm value. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika suatu perusahaan menerapkan manajemen keuangan, informasi terkait CSR dipersepsikan sebagai lebih bernilai dan relevan oleh pasar, sehingga mampu meningkatkan persepsi positif shareholders dan investor terhadap perusahaan (Sunrowiyati et al., 2019). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dapat dibangun berupa:

H7: Manajemen Keuangan dapat memediasi hubungan antara sustainability reporting terhadap nilai perusahaan.

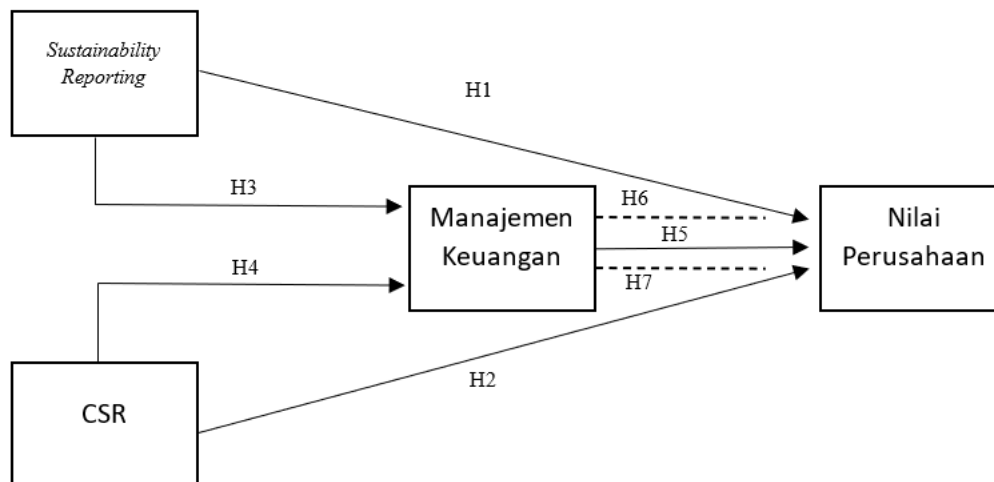
Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Gambar 1. Kerangka Konseptual



3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan data panel yang menguji pengaruh dari setiap variabel untuk menemukan sebuah fenomena. Variabel pada penelitian ini adalah menganalisis pengaruh dari *sustainability reporting* dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan manajemen keuangan sebagai variabel mediasi. Variabel independen pada penelitian berupa *sustainability reporting* dan CSR, variabel dependen berupa nilai perusahaan dan variabel mediasi berupa manajemen keuangan. Sampel pada penelitian ini berupa bank-bank yang terdaftar pada bursa efek Indonesia untuk periode penelitian 2022-2024. Pemilihan tahun 2022 sebagai dasar penelitian ini didasari oleh keadaan perbankan pasca pandemi yang mulai stabil dibandingkan pada masa pandemi. Data pada penelitian ini menggunakan data yang didapatkan pada laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan masing-masing perusahaan pada website perusahaan maupun bursa efek Indonesia. Pendekatan analisis deskriptif, *path analysis* dan uji koefisien mediasi yang menggunakan pendekatan uji sobel digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dibangun. Pengujian hasil penelitian menggunakan E-views.

Tabel 1. Variabel Independen: *Sustainability Reporting* (X_1)

Dimensi/Aspek	Indikator (mengacu pada GRI Standards 2023)	Skala
Ekonomi	Pengungkapan dampak ekonomi langsung, praktik pengadaan, dll.	Skor 1 = diungkap, 0 = tidak
Lingkungan	Emisi, energi, limbah, air, dan keanekaragaman hayati	Skor 1 = diungkap, 0 = tidak
Sosial	Keselamatan kerja, hak asasi manusia, pelatihan karyawan	Skor 1 = diungkap, 0 = tidak

Catatan: SR Index = Jumlah indikator yang diungkap ÷ Jumlah total indikator GRI

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Tabel 2. Variabel Independen: *Corporate Social Responsibility* (X_2)

Indikator	Ukuran
CSR	Total dana CSR (Rp.)

Tabel 3. Variabel Mediasi: Manajemen Keuangan (Z)

Dimensi	Indikator	Rumus / Ukuran
Likuiditas	Current Ratio (CR)	Aset Lancar / Kewajiban Lancar
Profitabilitas	Return on Assets (ROA)	Laba Bersih / Total Aset
Leverage	Debt to Equity Ratio (DER)	Total Utang / Total Ekuitas

Tabel 4. Variabel Dependen: Nilai Perusahaan (Y)

Indikator	Ukuran
Tobin's Q	(Harga Saham x Jumlah Saham + Total Utang) / Total Aset

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan menampilkan hasil pengujian analisis deskriptif, *path analysis* dan uji sobel menggunakan evIEWS. Deskriptif statistik di gambarkan pada tabel berikut :

Tabel 5. Deskriptif Statistik

	X_1	X_2	Y	Z
Mean	0.983333	22.04436	28.37077	0.073817
Median	1.000000	21.92051	0.836484	-0.106679
Maximum	1.000000	26.44545	369.7744	6.913435
Minimum	0.666667	15.08041	0.022923	-2.304411
Std. Dev.	0.072953	2.550115	74.11028	1.141889
Observations	120	120	120	120

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 5, dapat dianalisis bahwa variabel X_1 memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,983 dengan standar deviasi 0,073, menunjukkan distribusi data yang relatif stabil dan konsisten. Nilai median dan modus yang sama pada angka 1,000 serta rentang nilai minimum dan maksimum yang sempit (0,667 hingga 1,000) mengindikasikan bahwa data X_1 cenderung homogen dan tidak memiliki variasi yang besar. Sementara itu, variabel X_2 memiliki *mean* sebesar 22,044 dengan standar deviasi 2,550. Nilai median sebesar 21,921 yang mendekati *mean* menunjukkan distribusi yang simetris. Rentang nilai X_2 berkisar dari 15,080 hingga 26,445, menandakan adanya keragaman data yang wajar. Variabel Y menunjukkan karakteristik yang sangat berbeda dengan *mean* 28,371 tetapi standar deviasi yang sangat tinggi, yaitu 74,110. Nilai median yang hanya 0,836 dan maksimum mencapai 369,774 mengindikasikan adanya *outlier* sehingga distribusi data sangat miring (*skewed*) ke kanan. Variabel Z memiliki *mean* 0,074 dan standar deviasi 1,142. Median yang negatif (-0,107) sementara *mean* positif menunjukkan distribusi yang tidak simetris. Rentang nilai dari -2,304 hingga 6,913 memperkuat dugaan bahwa data Z memiliki sebaran yang cukup lebar dengan kemungkinan adanya nilai ekstrem.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Tabel 6. Hasil Uji Pemilihan Model

Model	Uji Model	Hasil	Kesimpulan
Model 1 (X_1 dan X_2 terhadap Z)	Uji Chow	<i>Cross-section F</i> (0.000)	<i>Fixed Effect Model</i>
	Uji Hausman	<i>Cross-section Random</i> (0.282)	<i>Random Effect Model</i>
	Uji LM	Breusch-Pagan (0.000)	<i>Random Effect Model</i>
Kesimpulan			<i>Random Effect Model</i>
Model 1 (X_1 , X_2 dan Z terhadap Y)	Uji Chow	<i>Cross-section F</i> (0.000)	<i>Fixed Effect Model</i>
	Uji Hausman	<i>Cross-section Random</i> (0.000)	<i>Fixed Effect Model</i>
	Uji LM	Breusch-Pagan (0.000)	<i>Random Effect Model</i>
Kesimpulan			<i>Fixed Effect Model</i>

Tabel 6 menggambarkan hasil pemilihan model untuk kedua model regresi. Berdasarkan hasil pemilihan model, model 1 lebih cocok menggunakan *random effect model* dibandingkan dengan model lainnya. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa pengujian asumsi klasik tidak perlu dilakukan sepenuhnya. Hasil pemilihan model 2 mengindikasikan bahwa *fixed effect model* lebih baik dibandingkan dengan model lainnya.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

	X_1	X_2
X_1	1.000000	-0.054098
X_2	-0.054098	1.000000

Berdasarkan hasil tabel 7 uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa tidak terdapat angka yang melebihi 0.9 (-0.05;-0.05). Hasil tersebut menyimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel independen pada model regresi (Gujarati & Porter, 2013).

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

Tabel 8. *Multiple Linear Regression Test* X_1 dan X_2 terhadap Z

Variabel	Koefisien Regresi	<i>P-value</i>
X_1	-2.520	0.025
X_2	-0.139	0.018

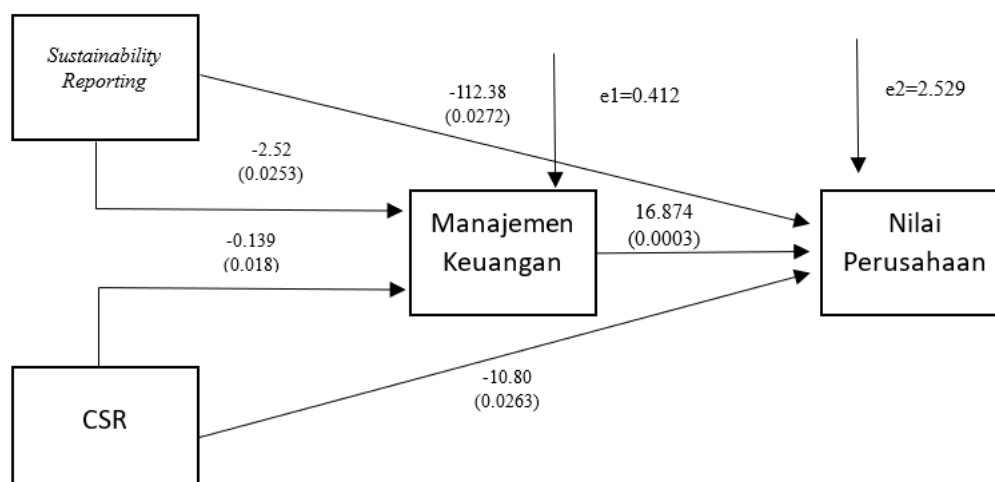
Hasil tabel 8 digunakan untuk menguji hipotesis 3 dan hipotesis 4. Hasil regresi variabel X_1 menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -2.520 dengan *p-value* sebesar 0.025 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima dengan pengaruh yang negatif. Hasil regresi variabel X_2 menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0.139 dan *p-value* sebesar 0.018 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima dengan pengaruh yang negatif.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	<i>Adjusted R-Square</i>
Model 1	0.830
Model 2	0.936

Berdasarkan tabel 9, nilai *adj. R-square* model 1 sebesar 0.830 yang menunjukkan bahwa variasi sebesar 83 persen dari variabel Y dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel X_1 dan X_2 serta Z dan 17 persen dari variabel lainnya di luar model. Nilai e_2 dapat diperoleh dari $\sqrt{1-0.830} = 0.412$. Nilai *adj. R-square* model 2 sebesar 0.936 yang menunjukkan bahwa variasi sebesar 93.6 persen dari variabel Y dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel X_1 dan X_2 serta Z dan 6.4 persen dari variabel lainnya di luar model. Nilai e_2 dapat diperoleh dari $\sqrt{1-0.936} = 0.259$.

Gambar 2. Hasil Regresi



Analisis pengaruh dari X_1 terhadap Y melalui Z disebut dengan efek langsung yang menunjukkan angka sebesar -112.38. Hasil efek tidak langsung dari pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z dapat dihitung menggunakan nilai koefisien regresi dari X_1 ke Y dan Z ke Y yang dikalikan. Hasil total efek dari pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z adalah $-2.52 \times 16.874 = -$

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

42.522. pengaruh dari X_2 terhadap Y melalui Z disebut dengan efek langsung yang menunjukkan angka sebesar -10.8. Hasil efek tidak langsung dari pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z dapat dihitung menggunakan nilai koefisien regresi dari X_1 ke Y dan Z ke Y yang dikalikan. Hasil total efek dari pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z adalah $-0.139 \times 16.874 = -2.346$.

Kesimpulan dari perbandingan hasil efek langsung dan tidak langsung pada kedua model menunjukkan hasil yang berbeda, yakni variabel X menunjukkan bahwa nilai koefisien efek langsung $>$ efek tidak langsung yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat efek mediasi pada model. Hasil perhitungan untuk X_2 menunjukkan bahwa nilai koefisien efek langsung $<$ efek tidak langsung yang menggambarkan bahwa terdapat efek mediasi. Hasil uji mediasi awal ini belum dapat memastikan bahwa Z tidak dapat memediasi X_1 dan X_2 , sehingga perlu menggunakan uji sobel untuk memastikan efek mediasi dari Z . Hasil pada gambar 2 juga menunjukkan bahwa *sustainability report* (X_1), CSR (X_2) dan manajemen keuangan (Z) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) dengan koefisien regresi masing-masing berurut sebesar -112.38, -10.80 dan 16.88.

Tabel 10. Hasil Uji Sobel

Variabel	Uji Sobel	<i>P-value</i>
X_1	-1.939	0.052
X_2	-2.011	0.044

Hasil uji sobel untuk X_1 pada tabel 10, menunjukkan hasil yang serupa dengan uji awal sebelumnya. Yakni, uji sobel memiliki nilai *p-value* sebesar 0.052 (>0.05). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 ditolak atau Z tidak dapat memediasi hubungan antara X_1 dan Y . Hasil uji sobel untuk X_2 pada tabel 10, menunjukkan hasil yang serupa dengan uji awal sebelumnya. Yakni, uji sobel memiliki nilai *p-value* sebesar 0.044 (<0.05). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 7 diterima atau Z dapat memediasi hubungan antara X_2 dan Y .

Tabel 11. Hasil Uji Simultan

F	<i>P-value</i>
42.717	0.000

Hasil tabel 11 menunjukkan angka *p-value* sebesar 0.000 (<0.05) dan nilai F tabel yang didapatkan sebesar 2.87 (<42.717) yang dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen X_1 dan X_2 serta variabel mediasi Z memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y dalam sektor keuangan berbasis perbankan yang terdaftar pada bursa efek Indonesia untuk periode 2022-2024.

Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis pertama penelitian ini mengajukan bahwa *Sustainability Reporting* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis statistik, diperoleh nilai signifikansi 0,0272 yang lebih kecil dari tingkat alpha 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Sustainability Reporting* secara signifikan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan dan H_1 ditolak.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Temuan ini membantah teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan kepada *stakeholder* merupakan strategi untuk memperoleh legitimasi dan meningkatkan kualitas perusahaan, termasuk nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pamungkas & Meini (2023) yang menemukan bahwa *Sustainability Reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor tidak menjadikan praktik pengungkapan *sustainability reporting* sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. Faktor penyebabnya antara lain adalah tidak konsistennya perusahaan dalam menyajikan *sustainability report* secara tahunan serta ketidaksesuaian antara implementasi *sustainability reporting* dengan standar yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Kondisi ini menyebabkan persepsi investor terhadap nilai informasi *sustainability report* menjadi terbatas.

CSR terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis kedua pada riset ini menduga bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -10.802 dan nilai signifikansi sebesar $0.0263 < 0.05$. Hasil ini menggambarkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sehingga H2 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rosyid *et al* (2022) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan perspektif *signaling theory*, dampak negatif dan signifikan dari *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan mencerminkan kegagalan transmisi sinyal positif kepada pasar. Dalam situasi ini, aktivitas CSR justru diinterpretasikan sebagai *negative signal* yang mengindikasikan praktik *greenwashing*, yaitu ketika perusahaan dipersepsikan memanfaatkan isu keberlanjutan tanpa implementasi yang substantif. Investor berpotensi memandang pengeluaran CSR sebagai inefisiensi alokasi sumber daya (*agency cost*) yang mengorbankan kegiatan operasional inti yang lebih produktif, sehingga berimplikasi pada penurunan profitabilitas jangka panjang. Ketidakselarasan antara pelaporan CSR dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) serta inkonsistensi dalam penyajiannya secara tahunan memperburuk persepsi yang disampaikan. Pada konteks pasar dengan dominasi investor berorientasi jangka pendek, absennya manfaat finansial langsung dari program CSR semakin mengukuhkan penurunan nilai perusahaan.

Sustainability Reporting terhadap Manajemen Keuangan. Hipotesis ketiga menduga bahwa *sustainability reporting* berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan. Hasil regresi menunjukkan angka koefisien regresi sebesar -2.52 dan nilai probabilitas sebesar $0.0253 < 0.05$. Hasil ini menandakan bahwa *sustainability reporting* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap manajemen keuangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rahmadhani *et al* (2016) yang menemukan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen keuangan. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa pengungkapan dimensi ekonomi dalam *sustainability report* justru berbanding terbalik dengan manajemen keuangan. Fenomena ini kontradiktif dengan ekspektasi teoritis, di mana transparansi informasi ekonomi seharusnya berfungsi sebagai alat bantu bagi investor dalam mengevaluasi prospek perusahaan menghadapi perubahan makroekonomi. Diduga terdapat ketidakpercayaan terhadap kredibilitas informasi ekonomi yang diungkapkan perusahaan, sehingga investor cenderung mengandalkan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

analisis independen untuk menilai dampak lingkungan makroekonomi. Dalam perspektif *stakeholder theory*, kegagalan pengungkapan dimensi ekonomi dalam memberikan nilai informasional menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan *stakeholder* dengan praktik akuntabilitas perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menyajikan informasi ekonomi yang andal dan relevan dapat melemahkan legitimasi perusahaan di mata pemangku kepentingan, yang pada akhirnya terefleksi dalam penilaian pasar terhadap nilai perusahaan.

CSR terhadap Manajemen Keuangan. Hipotesis keempat pada riset ini menduga bahwa CSR berpengaruh terhadap manajemen keuangan. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0.139 dan nilai signifikansi sebesar $0.0188 < 0.05$. Hasil ini menggambarkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sehingga H4 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Imbang *et al* (2024) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap manajemen keuangan yang menggunakan ROA sebagai pengukuran. Implementasi *corporate social responsibility* (CSR) menimbulkan biaya tambahan yang signifikan sehingga berpotensi menurunkan kinerja manajemen keuangan perusahaan. Di sisi lain, pengungkapan aktivitas CSR dapat membangun citra korporat yang positif sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan. Hasil penelitian ini selaras dengan *legitimacy theory* yang menekankan bahwa perusahaan sebagai bagian dari masyarakat perlu memperhatikan norma-norma sosial untuk memperoleh legitimasi dan pengakuan, yang menjadi prasyarat bagi kelangsungan operasional dan pengembangan usaha.

Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan. Hipotesis kelima pada riset ini menduga bahwa manajemen keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 16.874 dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Hasil ini menggambarkan bahwa manajemen keuangan secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga H5 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian Suyanto & Bilang (2023) yang menemukan bahwa manajemen keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini konsisten dengan *signaling theory* yang menyatakan bahwa peningkatan laba merupakan sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan di masa depan. Selain itu, dari perspektif *stakeholder theory*, manajemen keuangan yang kuat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi berbagai pemangku kepentingan, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan, sehingga memperkuat legitimasi dan kepercayaan yang pada akhirnya terefleksi dalam peningkatan nilai perusahaan.

Sustainability Reporting, Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan. Hasil uji sobel untuk menguji hipotesis keenam yang menduga bahwa manajemen keuangan dapat memediasi pengaruh dari *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan menemukan bahwa tidak terdapat mediasi, yang mengindikasikan bahwa H6 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Trisnawati & Subiyantoro (2025) yang menemukan bahwa tidak terdapat mediasi dalam model. Berdasarkan temuan penelitian, meskipun *sustainability reporting* merepresentasikan komitmen perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*environmental*), implementasinya tidak secara otomatis berkontribusi terhadap peningkatan *firm value*, baik

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

secara langsung maupun melalui mediasi kinerja keuangan. Faktor kunci yang melatarbelakangi fenomena ini adalah persepsi pasar yang menganggap *sustainability reporting* sebagai informasi pelengkap (*supplementary information*) yang memiliki dampak terbatas terhadap proses pengambilan keputusan jangka pendek, baik dalam konteks keuangan maupun operasional. Dalam praktiknya, investor masih menempatkan indikator keuangan primer seperti profitabilitas sebagai pertimbangan utama, sementara laporan keberlanjutan dipandang kurang strategis terutama ketika belum terintegrasi secara komprehensif dalam kerangka bisnis inti perusahaan.

CSR, Manajemen Keuangan dan Nilai Perusahaan. Hasil uji sobel untuk menguji hipotesis ketujuh yang menduga bahwa manajemen keuangan dapat memediasi pengaruh dari CSR terhadap nilai perusahaan menemukan bahwa terdapat mediasi, yang mengindikasikan bahwa H7 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sunrowiyati *et al* (2019) yang menemukan bahwa terdapat mediasi dalam model. Nilai perusahaan (*corporate value*) yang tinggi merepresentasikan tujuan fundamental para pemilik perusahaan, mengingat tingginya nilai perusahaan berkorelasi langsung dengan peningkatan kesejahteraan pemegang saham (*shareholders' prosperity*). Nilai tersebut termanifestasi melalui harga pasar saham yang mencerminkan hasil agregat dari keputusan investasi, kebijakan pembiayaan (*financing*), dan efisiensi manajemen aset. Harga saham yang terbentuk dari interaksi permintaan dan penawaran di pasar modal merupakan proksi dari nilai pasar perusahaan (*market value*) sekaligus indikator valuasi aset perusahaan yang sesungguhnya. Terbentuknya nilai perusahaan melalui mekanisme pasar saham ini sangat dipengaruhi oleh eksistensi peluang investasi (*investment opportunities*). Keberadaan peluang investasi strategis dapat berfungsi sebagai sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan, yang pada gilirannya mendorong apresiasi harga saham.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa *sustainability reporting* maupun *corporate social responsibility* (CSR) justru memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan maupun manajemen keuangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik pelaporan keberlanjutan dan CSR belum sepenuhnya mampu memberikan manfaat optimal dalam meningkatkan kepercayaan investor maupun memperkuat kinerja keuangan perusahaan. Temuan tersebut tidak sejalan dengan teori *stakeholder* dan *legitimacy theory* yang menekankan pentingnya pengungkapan informasi sosial, lingkungan, dan keberlanjutan sebagai upaya memperoleh legitimasi serta meningkatkan reputasi perusahaan. Tidak konsistennya dalam pelaporan, potensi praktik *greenwashing*, serta ketidaksesuaian dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) diduga menjadi penyebab utama terbatasnya nilai informasional dari *sustainability report* dan CSR, sehingga lebih dipersepsikan sebagai beban biaya daripada instrumen strategis.

Penelitian ini membuktikan bahwa manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menegaskan bahwa kinerja keuangan tetap menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi pasar dan investor. Perusahaan dengan manajemen keuangan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

yang baik mampu memberikan sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan, sehingga meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan mendorong kenaikan nilai pasar perusahaan. Namun demikian, peran manajemen keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *sustainability reporting* dan nilai perusahaan terbukti tidak signifikan, sedangkan dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan ditemukan adanya pengaruh mediasi. Hal ini menegaskan bahwa investor masih lebih menitikberatkan pada indikator keuangan seperti profitabilitas, sementara pengungkapan non-keuangan hanya akan memberikan nilai tambah apabila disajikan secara konsisten, kredibel, serta terintegrasi dengan strategi bisnis utama perusahaan.

Referensi

- AlOбайд, R. O. H., Al Farooque, O., & Qasem, A. (2025). Does disclosure of CSR activities improve corporate value? Moderating role of intellectual capital and COVID-19 pandemic. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1–18. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04729-8>
- Arif, N. P., & Handayani, N. (2024). Financial Performance Mediates the Effect of Sustainability Reporting on Firm Value. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(2), 188–219. <https://doi.org/10.24167/jab.v22i2.12192>
- Beelitz, A., & Merkl-Davies, D. M. (2012). Using discourse to restore organisational legitimacy: “CEO-speak” After an incident in a German nuclear power plant. *Journal of Business Ethics*, 108(1), 101–120. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1065-9>
- Bhagawan, P., & Mukhopadhyay, J. P. (2025). Does mandatory expenditure on CSR affect firm value? Empirical evidence from Indian firms. *Journal of Accounting Literature*, 47(3), 525–546. <https://doi.org/10.1108/JAL-10-2023-0184>
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2018). The Frontstage and Backstage of Corporate Sustainability Reporting: Evidence from the Arctic National Wildlife Refuge Bill. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 865–886. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3375-4>
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *Accounting Review*, 86(1), 59–100. <https://doi.org/10.2308/accr.000000005>
- Du, S., & Vieira, E. T. (2012). Striving for Legitimacy Through Corporate Social Responsibility: Insights from Oil Companies. *Journal of Business Ethics*, 110(4), 413–427. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1490-4>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B., & de Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Robins School of Business*, 1–343. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815768>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). Basic Econometrics. In *Introductory Econometrics: A Practical Approach* (5th ed.). McGraw-Hill Irwin.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

- Hanafuri, R., & Gunarsih, T. (2024). The Effect of Sustainability Report on Firm Value With Corporate Governance as a Moderating Variable. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, 4(4), 1745–1756. <https://doi.org/10.35384/jime.v14i1.288>
- Imbang, K. S., Karamoy, H., & Mawikere, L. M. (2024). The Effect of Corporate Social Responsibility on Profitability in Mining Companies Listed on the IDX in 2020-2023. *Accountability*, 13(02), 10–18.
- Jensen, M., & Meckling, W. (2012). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *The Economic Nature of the Firm: A Reader, Third Edition*, 283–303. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>
- Junkus, J., & Berry, T. D. (2015). Socially responsible investing: a review of the critical issues. *Managerial Finance*, 41(11), 1176–1201. <https://doi.org/10.1108/MF-12-2014-0307>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2018). Corporate social responsibility and financial performance: An empirical analysis of Indian banks. *Future Business Journal*, 4(1), 84–93. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.12.002>
- Nuraisah, A. N., & Laily, N. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Good Corporate Governance, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Go Public Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Pamungkas, N. B., & Meini, Z. (2023). The Effect of Sustainability Reporting and Intellectual Capital Disclosure in Firm Value, with Profitabilitas as a Moderator. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 327–334.
- Rahmadhani, A. P. A., Hamidi, M., & Adrianto, F. (2016). The Effect of Sustainability Report Disclosure Compliance on The Company's Financial Performance. *Journal of Social Research*, 1028–1038.
- Rosyid, M. F., Saraswati, E., & Ghofar, A. (2022). Firm Value: CSR Disclosure, Risk Management and Good Corporate Governance Dimensions. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 12(1), 186–209. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i3.20367>
- Sholikhah, P., & Khusnah, H. (2020). Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan: dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. *Prosiding National Conference for Ummah*, 1(1), 1–8. <https://conferences.unusa.ac.id/index.php/NCU2020/article/view/625>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Sunrowiyati, S., Chandrarin, G., & Subiyantoro, E. (2019). Financial Performance Mediating the Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Value LQ 45. *International Journal*

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

of *Advances in Science Research and Engineering (IJASRE)*, 5(12), 23–29.
<https://doi.org/10.31695/IJASRE.2019.33645>

Suyanto, S., & Bilang, C. N. (2023). the Impact of Financial Performance, Firm Size and Capital Structure on Firm Value. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 9(1), 75–89.
<https://doi.org/10.37403/financial.v9i1.508>

Trisnawati, D., & Subiyantoro, E. (2025). The Effect of Sustainability Reporting and Foreign Ownership on Firm Value: the Mediating Role of Financial Performance. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 0(03), 1726–1735.
<https://doi.org/10.47191/jefms/v8>

Wang, H., & Lee, D. (2024). Financial Management as a Mediator in the Relationship Between ESG Disclosure and Firm Performance. *Journal of Corporate Finance*, 78, 102120.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)