

PENGARUH DIGITALISASI DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Ivan Leonardo^{1*}, Fitrini Mansur², Riski Hernando³

¹ ivanjambi03@gmail.com, Universitas Jambi, Indonesia

² fitrinimansur@unja.ac.id, Universitas Jambi, Indonesia

³ riskihernando@unja.ac.id, Universitas Jambi, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Pengajuan : 26/04/2025

Revisi : 28/04/2025

Penerimaan : 30/04/2025

Kata Kunci:

Digitalisasi, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Tata Kelola Perusahaan, Nilai Perusahaan

Keywords:

Digitalization, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Firm Value

DOI:

10.52859/jba.v12i2.767

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh pengungkapan digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, serta peran *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan teknologi yang terdaftar di BEI periode 2021-2023. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data dari laporan tahunan dan keberlanjutan 20 perusahaan, dipilih melalui *purposive sampling*. Analisis dilakukan menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS 4. Hasilnya, pengungkapan digitalisasi dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara CSR tidak berpengaruh. GCG juga tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan tersebut. Penelitian ini mengisi kesenjangan literatur dengan memberikan kontribusi baru terkait pengungkapan digitalisasi yang masih jarang dieksplorasi.

ABSTRACT

This study examines the influence of digitalization disclosure and Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value, as well as the role of Good Corporate Governance (GCG) as a moderating variable in technology companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2021-2023 period. A quantitative approach was employed using data from the annual and sustainability reports of 20 companies selected through *purposive sampling*. Data analysis was conducted using PLS-SEM with SmartPLS 4. The results show that digitalization disclosure and GCG have a significant effect on firm value, while CSR does not. Additionally, GCG does not

moderate the relationship between these variables and firm value. This study fills a gap in the literature by contributing new insights into the relatively unexplored area of digitalization disclosure.

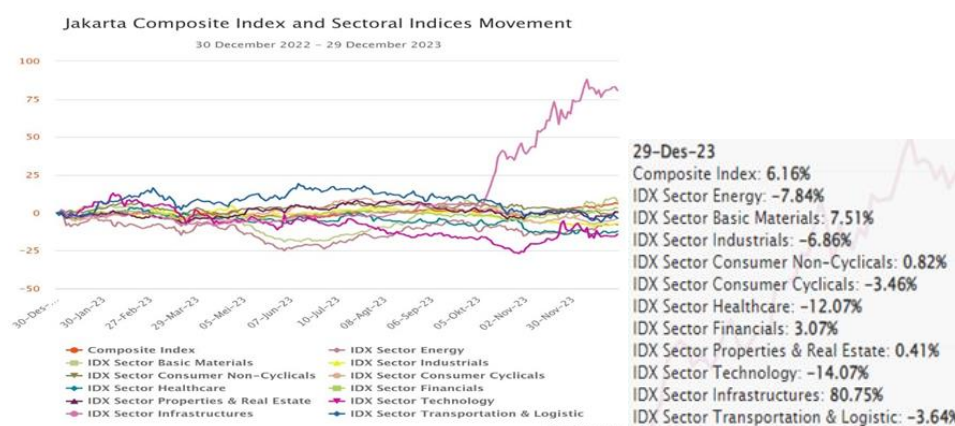
Pendahuluan

Perkembangan teknologi mendorong perusahaan untuk menghadapi tantangan digitalisasi dengan terus berinovasi pada produk dan layanan yang ditawarkan. Selain itu, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja keuangan guna menghasilkan nilai perusahaan yang baik. Nilai perusahaan yang positif menjadi faktor penting bagi pihak eksternal, seperti investor dan kreditor, dalam mengambil keputusan ekonomi (Zulkifli *et al.*, 2023).

Dalam perspektif teori sinyal, perusahaan perlu menyampaikan informasi yang kredibel kepada investor melalui laporan keuangan dan informasi lainnya. Penyampaian sinyal yang kuat dari manajemen kepada investor menunjukkan kualitas perusahaan, baik dalam prospek maupun kinerjanya (Rima, 2018). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi indikator penting dalam mendapatkan kepercayaan investor dan kreditor, serta menjadi tujuan utama perusahaan dalam rangka memaksimalkan laba dan kemakmuran pemegang saham (Sembiring, 2019).

Kondisi pasar modal Indonesia, khususnya melalui pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), menunjukkan pemulihan sesuai Covid-19. Meski sempat turun drastis pada awal tahun 2020, IHSG berhasil pulih secara bertahap hingga mencapai angka 7.207,94 pada paruh pertama tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwasanya investor kembali optimis terhadap pertumbuhan pasar modal di Indonesia (Bursa Efek Indonesia, 2024). Namun demikian, tidak semua sektor mengalami pemulihan yang sama. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor teknologi justru menunjukkan

penurunan signifikan pada akhir tahun 2023 dengan indeks sebesar -14,07%, menjadikannya sektor dengan performa terlemah di Bursa Efek Indonesia. Fenomena ini kontras dengan tahun 2021, ketika sektor teknologi mencatatkan lonjakan tajam (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).



Gambar 1. Grafik Indeks Pasar Modal Tahun 2023

Penurunan ini menandakan perlunya perhatian khusus terhadap sektor teknologi. Perusahaan teknologi mengalami masa yang dikenal dengan istilah "*Tech Winter*", ditandai dengan penurunan aktivitas bisnis, pemutusan hubungan kerja massal, serta ketidakpastian ekonomi. Misalnya, perusahaan GOTO melakukan PHK terhadap 1.300 karyawan pada 2022. Data CNBC menunjukkan bahwasanya lebih dari 190.000 pekerja terdampak PHK di sektor ini sepanjang 2022 (unair.ac.id, 2024). Kondisi saham perusahaan teknologi juga mencerminkan tekanan tersebut. Performa saham PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO), PT Global Digital Niaga Tbk (BELI), dan PT Bukalapak.com Tbk (BUKA) menunjukkan penurunan harga yang cukup signifikan sepanjang 2024 (amp.kontan.co.id, 2024). Sentimen negatif terhadap sektor ini diperparah oleh ketidakpastian ekonomi dan menurunnya minat investor pada sektor dengan risiko tinggi.

Ironisnya, Indonesia memiliki potensi besar dalam hal penggunaan teknologi. Dengan lebih dari 278 juta penduduk, sekitar 66,5% di antaranya menggunakan internet, dan hampir 50% aktif di media sosial (Meltwater, 2024). Potensi ini seharusnya menjadi peluang bagi perusahaan teknologi untuk meningkatkan nilai perusahaannya melalui pemanfaatan digitalisasi secara optimal.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh digitalisasi dan CSR terhadap nilai perusahaan. Beberapa studi menunjukkan adanya pengaruh positif, sedangkan studi lainnya tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Ketidak konsistenan ini mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut dengan menambahkan variabel moderasi *Good Corporate Governance* (GCG).

Penerapan GCG diyakini bisa memperkuat pengaruh CSR atas nilai perusahaan (Karina & Setiadi, 2020; I. P. I. Wijaya & Wirawati, 2019). Sejalan dengan isu yang diidentifikasi, penelitian ini mengupayakan penilaian terhadap apakah GCG mampu memoderasi pengaruh pengungkapan digitalisasi dan CSR atas nilai perusahaan. Objek penelitian difokuskan pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2023. Penelitian ini memperkaya literatur dengan pendekatan yang bersifat diferensiatif dibandingkan studi-studi sebelumnya, baik dari segi variabel, periode, objek, maupun alat ukur yang digunakan.

Penelitian ini mengukur tingkat pengungkapan digitalisasi menggunakan 28 indikator dengan *four-way numerical coding system* dan pengungkapan CSR berdasarkan 89 indikator GRI *Standards* 2016. Nilai perusahaan diukur melalui *Price Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER), dengan *Good Corporate*

Governance (GCG) sebagai variabel moderasi untuk mengevaluasi pengaruh hubungan antar variabel terhadap nilai perusahaan. Berbeda dari studi sebelumnya yang belum menguji peran moderasi GCG pada perusahaan sektor teknologi periode 2021-2023, penelitian ini menekankan pentingnya mekanisme tata kelola untuk mengurangi risiko agensi yang dapat menurunkan nilai perusahaan, dengan landasan teori sinyal dan teori keagenan. Objek penelitian adalah perusahaan teknologi yang terdaftar di BEI selama 2021-2023. Penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 sebagai alat analisis, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan SPSS versi 26.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pengungkapan digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, serta peran *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023.

Telaah Literatur

Teori Sinyal

Teori sinyal yang disampaikan oleh [Spence \(1973\)](#) menjabarkan bahwasanya keterangan yang diberi manajemen, seperti prospek dan kinerja perusahaan, dapat memengaruhi persepsi investor. Sinyal tersebut mencerminkan upaya manajemen dalam mewujudkan tujuan pemilik dan membedakan perusahaan berkualitas baik dari yang buruk ([Ghozali et al., 2024](#)).

Dalam teori ini, terdapat dua entitas utama, yaitu pengirim sinyal (orang dalam perusahaan) dan penerima sinyal (pihak eksternal), dengan fokus pada penyampaian informasi positif secara sengaja. Namun, penyampaian informasi negatif juga dapat terjadi ([Subroto & Endaryati, 2024](#)). Teori sinyal menjelaskan bahwa manajer yang memiliki informasi positif tentang perusahaannya terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada investor guna meningkatkan nilai perusahaan melalui laporan tahunan ([Adang, 2019](#)).

Teori Agensi

Teori ini dijabarkan oleh [Jensen & Meckling \(1976\)](#), menguraikan mengenai relasi diantara manajemen (agen) dan pemegang sahamnya (prinsipal), dengan fokus pada potensi konflik kepentingan akibat perbedaan tujuan. Prinsipal mengharapkan imbal hasil dari dana yang telah diinvestasikan, sementara agen sebagai pihak pelaksana menginginkan kompensasi berupa insentif atau bonus atas kesepakatan kerja yang telah disetujui ([Luthfiana & Dewi, 2023](#)).

Manajemen cenderung bertindak untuk kepentingan pribadi, sedangkan pemegang saham mengharapkan peningkatan nilai perusahaan, yang dapat menimbulkan konflik keagenan ([Ghozali et al., 2024](#)). Menurut [Arniwita et al. \(2021\)](#), hal ini berpijak pada tiga landasan utama: sifat dasar manusia yang egois dan menghindari risiko, potensi konflik organisasi serta ketidakseimbangan informasi, dan informasi sebagai komoditas.

Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan digitalisasi mempermudah akses terhadap informasi, termasuk laporan mengenai aktivitas perusahaan, yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan, khususnya oleh investor. Menurut teori sinyal, digitalisasi membantu menyampaikan informasi perusahaan secara efisien untuk mengurangi asimetri informasi ([Haq, 2024; Firmansyah & Helmy, 2023](#)). Penelitian [Salvi \(2021\)](#) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi memengaruhi nilai perusahaan, karena informasi tersebut dianggap sebagai sinyal penting yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap arus kas dan risiko, serta menurunkan ekspektasi tingkat pengembalian ekuitas. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H₁: Tingkat Pengungkapan Digitalisasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut WBCSD, perusahaan memiliki komitmen untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. Komitmen ini melibatkan kolaborasi dengan karyawan, keluarga mereka, masyarakat lokal, dan masyarakat luas, dengan tujuan meningkatkan standar hidup secara keseluruhan (Kholis, 2020). Penelitian oleh Huang & Liu (2021) menemukan bahwa perusahaan yang lebih aktif dalam kegiatan CSR mengalami risiko penurunan harga saham yang lebih rendah setelah pandemi COVID-19 dibandingkan perusahaan yang kurang aktif dalam CSR. Demikian pula, Kong (2012) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap perilaku investor selama peristiwa yang mengandung risiko.

Studi lain menunjukkan bahwa aktivitas CSR meningkatkan imbal hasil saham dan menarik perhatian pemangku kepentingan selama pandemi, di mana perusahaan yang berinvestasi dalam CSR untuk melindungi masyarakat, pelanggan, dan karyawan memperoleh kesadaran yang lebih tinggi di mata para pemangku kepentingan (Charles *et al.*, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2021) menunjukkan hal sebaliknya yaitu CSR memiliki pengaruh negatif tidak signifikan pada nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H₂: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan harus menyadari pentingnya menjaga keberlanjutan operasional, yang dapat dicapai melalui penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), GCG merupakan pilar utama dalam perekonomian berbasis pasar, yang meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan maupun lingkungan bisnis (Mutmainah, 2015).

Menurut teori agensi, GCG berperan sebagai mekanisme kontrol agar manajemen bertindak sesuai kepentingan pemilik (Sylvia *et al.*, 2025). Penelitian oleh Gusriandari *et al.* (2022) menemukan bahwa kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dan keberadaan komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Micheal & Wijaya (2024) bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial belum mampu berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian oleh Cahyaningrum *et al.* (2023) menunjukkan bahwa GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H₃: *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

***Good Corporate Governance* Memoderasi Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan**

Tujuan utama digitalisasi dalam perusahaan adalah untuk meningkatkan akses informasi bagi para pemangku kepentingan mengenai kondisi perusahaan. Lebih dari sekadar penggunaan teknologi internet, digitalisasi telah menjadi indikator utama kemajuan masyarakat dan kinerja organisasi dalam menjaga keberlanjutan di tengah disrupsi. Digitalisasi juga memainkan peran penting dalam pencapaian tujuan bisnis. Banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan akibat pemanfaatan teknologi digital yang buruk dalam tata kelola, yang berdampak pada daya saing mereka (Pajung, 2022). Hal ini sejalan dengan teori agensi, di mana pengungkapan digitalisasi yang efektif menghasilkan tata kelola perusahaan yang optimal dan mengurangi asimetri informasi antara agen dan prinsipal. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H4: *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan.

Good Corporate Governance Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

CSR merupakan bagian integral dari prinsip-prinsip GCG, khususnya yang berkaitan dengan CSR. Meskipun keduanya saling terkait, pemeringkatan CGPI (*Corporate Governance Perception Index*) di Indonesia masih bersifat sukarela dan belum menunjukkan dampak signifikan terhadap pelaksanaan CSR, sehingga menimbulkan kekhawatiran terkait kredibilitasnya (Karina & Setiadi, 2020). Hasil penelitian mengenai peran GCG dalam memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan menunjukkan variasi yang signifikan (Wijaya & Wirawati, 2019) menemukan bahwa GCG berpengaruh signifikan, sedangkan Ajo Putri *et al.* (2023) serta penelitian dari Elisabet dan Mulyani (2019) menemukan sebaliknya. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H5: *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Metode

Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada seluruh variabel yang terkait dengan bidang minat ilmiah dan merupakan keseluruhan subjek penelitian (Priadana, 2021). Seluruh perusahaan yang terdaftar dalam sektor teknologi di BEI hingga tahun 2023, yang berjumlah 47 perusahaan, menjadi populasi dalam penelitian ini. Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu:

1. Perusahaan di sektor teknologi yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2023,
2. Perusahaan di sektor teknologi yang secara konsisten menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap dari tahun 2021-2023,
3. Perusahaan di sektor teknologi yang memiliki struktur kepemilikan institusional.

Tabel 1. Proses Purposive Sampling pada Perusahaan

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Populasi: Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2023.	47
2	Perusahaan sektor teknologi yang tidak konsisten terdaftar di BEI selama periode 2021-2023.	(18)
3	Perusahaan sektor teknologi yang tidak konsisten menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap dari tahun 2021-2023.	(7)
4	Perusahaan sektor teknologi yang tidak memiliki struktur kepemilikan institusional.	(2)
Total Perusahaan Sektor Teknologi yang Memenuhi Kriteria Sampel (3 Tahun x 20 Sampel)		60

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Variabel Operasional Penelitian

Dalam analisis saat ini, variabel dependen (Y) adalah Nilai Perusahaan, sedangkan variabel independen (X) meliputi Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan CSR. Selain itu, GCG berperan sebagai variabel moderasi (Z) yang memengaruhi kekuatan dan sifat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Tabel 2 berikut menyajikan pengukuran variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2. Pengukuran Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Dependen			
Nilai Perusahaan (<i>Firm Value</i>) (Y)	Nilai perusahaan sebagai ukuran yang bisa digunakan untuk memperoleh kepercayaan kreditur dan investor. (Sembiring, 2019)	$1. PER = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$ (Pujarini, 2020) $2. PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$ (Franita, 2018)	Rasio
Independen			
Tingkat Pengungkapan Digitalisasi (<i>Digitalization Disclosure Rate</i>) (X ₁)	Tata kelola mengenai informasi dan digitalisasi termasuk pengetahuan tentang sistem manajemen yang berbasis pada pengembangan informasi dan teknologi. (Suti dkk., 2020)	$TID = \frac{\text{Total Skor Pengungkapan}}{\text{Total Maksimal Skor}}$ (Ulum, 2015)	Rasio
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) (X ₂)	CSR merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan beroperasi. (Situmeang, 2016)	$I = \frac{n}{k} \times 100\%$ (Wardoyo dkk., 2022)	Rasio
Moderasi			
Tata Kelola Perusahaan (<i>Good Corporate Governance</i>) (Z)	GCG adalah prinsip pengaturan dan pengendalian manajemen perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas tata kelola dan memperkuat nilai perusahaan. (Purwantoro, 2020)	$1. KM = \frac{\text{Jml Saham Manajerial}}{\text{Jml Saham Beredar}} \times 100\%$ (Endang dkk., 2014) $2. KI = \frac{\text{Jml Saham Dimiliki Institusi}}{\text{Jml Saham Beredar}} \times 100\%$ (Wardhani & Samrotun, 2020) $3. PDKI = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}}$ (Franita, 2018) $4. KA = \Sigma \text{Anggota Komite Audit}$ (Franita, 2018)	Rasio

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang sebagian besar diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan yang tersedia secara publik dari perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di BEI untuk periode 2021 hingga 2023. Laporan-laporan tersebut memberikan wawasan berharga mengenai kinerja keuangan dan aktivitas CSR perusahaan. Data diperoleh melalui situs resmi BEI, yang menyediakan pengungkapan keuangan yang komprehensif dan andal. Selain itu, situs web masing-masing perusahaan juga dikunjungi untuk memperoleh laporan keberlanjutan yang memuat inisiatif ESG mereka. Pendekatan multi-sumber ini memastikan ketersediaan data yang kuat, sehingga memungkinkan penilaian yang lebih rinci terhadap korelasi antara praktik korporasi dan nilai perusahaan di sektor teknologi. Pendekatan analisis dalam penelitian ini melibatkan statistik deskriptif dan analisis PLS dengan metode PLS-SEM, menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi sebagai alat untuk mengorganisasi dan merangkum data secara terstruktur, sehingga informasi yang kompleks dapat disajikan secara ringkas, jelas, dan mudah untuk diinterpretasikan. Hasil analisis statistik deskriptif untuk setiap variabel, yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi, disajikan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	Mean	Minimum	Maximum	Standard Deviation
Digitalisasi	TID	0,567	0,345	0,619	0,059
	Ekonomi	0,165	0,059	0,529	0,114
CSR	Lingkungan	0,168	0,000	0,469	0,115
	Sosial	0,228	0,000	0,750	0,158
Nilai Perusahaan	PER	161,698	-255,411	7016,129	910,197
	PBV	3,058	-7,869	35,828	5,494
	KM	0,061	0,000	0,399	0,099
GCG	KI	0,500	0,060	0,926	0,251
	PDKI	0,449	0,000	1,000	0,183
	KA	3,250	2,000	5,000	0,698

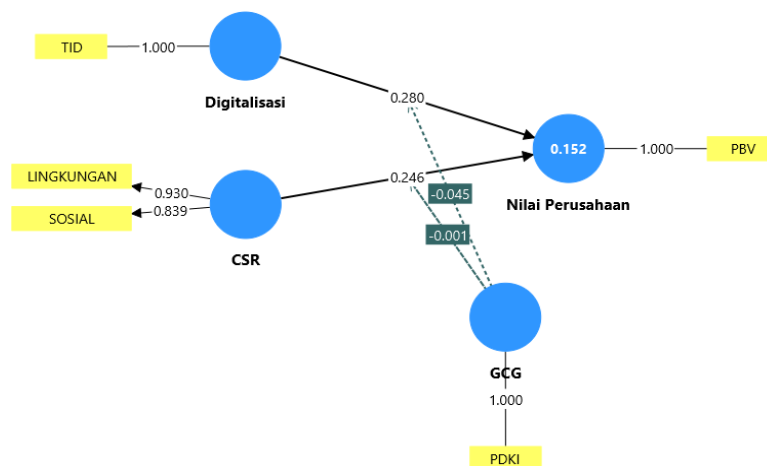
Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 3 menyajikan data untuk empat variabel utama, yang mencakup dua variabel eksogen yaitu Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan CSR, satu variabel endogen yaitu Nilai Perusahaan, serta satu variabel moderasi yaitu GCG. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 60 data yang dikumpulkan dari 20 perusahaan yang beroperasi di sektor teknologi dan terdaftar di BEI. Data tersebut mencakup periode tahun 2021 hingga 2023, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut dalam konteks perusahaan di sektor ini.

Evaluasi Outer Model

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Dua indikator utama yang digunakan adalah *outer loading* (atau *loading factor*) dan AVE. *Outer loading* mengukur seberapa akurat indikator mencerminkan konsep yang mendasarinya. Dalam penelitian ini, ambang batas untuk *outer loading* adalah 0,70. Indikator dengan nilai dibawah ambang batas ini harus dihapus dari model pengukuran. Sebuah indikator dianggap mencapai validitas konvergen yang memadai jika *outer loading* lebih besar dari 0,70. Gambar 2 dan Tabel 4 menyajikan hasil *outer loading*:



Gambar 2. Model Struktural Setelah di Run PLS-SEM Algorithm

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 4. Hasil Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Digitalisasi	TID	1,000
CSR	Lingkungan	0,945
	Sosial	0,814
Nilai Perusahaan	PBV	0,918
GCG	PDKI	0,851
GCG x Digitalisasi → Nilai Perusahaan	Z ₁	1,000
GCG x CSR → Nilai Perusahaan	Z ₂	1,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4, setiap variabel laten menunjukkan nilai *outer loading* yang bervariasi, baik yang di atas maupun di bawah 0,70. Indikator dengan *outer loading* di atas 0,70 secara signifikan merepresentasikan konstruk nilai perusahaan. Oleh karena itu, semua indikator yang memiliki nilai di atas 0,70 dipertahankan dan tidak dihilangkan.

Validitas konvergen untuk suatu variabel umumnya juga dievaluasi menggunakan ukuran AVE. AVE mengukur jumlah rata-rata variansi yang dijelaskan oleh konstruk pada indikator-indikatornya. Secara garis besar, AVE menggambarkan sejauh mana konstruk tersebut menjelaskan variasi pada indikator-indikator individu. Nilai AVE yang lebih tinggi menunjukkan bahwa konstruk memiliki kekuatan penjabaran yang kuat terhadap indikator-indikator terkait. Ketika AVE melebihi 0,50, umumnya dianggap menunjukkan validitas konvergen yang cukup, yang menegaskan bahwa konstruk tersebut secara andal merepresentasikan indikator-indikator yang dimaksudkan untuk diukur. Tabel 5 menyajikan hasil AVE dari penelitian ini.

Tabel 5. Hasil AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
CSR	0,785
Digitalisasi	1,000
Nilai Perusahaan	1,000
GCG	1,000
GCG x Digitalisasi	1,000
GCG x CSR	1,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 5, AVE untuk CSR adalah 0,785, yang menunjukkan bahwa 78,5% dari variansi pada indikator-indikator, yaitu lingkungan dan sosial, dijelaskan oleh konstruk CSR. Variabel lainnya memiliki nilai AVE sebesar 1,000. Dengan demikian, semua variabel dalam model memenuhi kriteria validitas konvergen, karena nilai AVE melebihi ambang batas 0,50.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan bergantung pada *cross loadings* dan *Fornell-Larcker criterion*. *Cross loadings* membantu memastikan apakah suatu indikator lebih terkait dengan konstruk yang dimaksud dibandingkan dengan konstruk lainnya. Di sisi lain, *Fornell-Larcker criterion* melibatkan perbandingan akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk-konstruk tersebut. Validitas diskriminan yang memadai dianggap tercapai ketika akar kuadrat AVE suatu konstruk melebihi nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Perbandingan ini memastikan bahwa konstruk-konstruk tersebut berbeda dan bahwa model secara akurat menggambarkan hubungan antar variabel tanpa tumpang tindih yang berlebihan.

Tabel 6. Hasil *Cross Loadings*

	Digitalisasi	CSR	GCG	Nilai Perusahaan	GCG x Digitalisasi	GCG x CSR
TID	1,000	-0,481	0,259	0,098	-0,287	0,227
Lingkungan	-0,438	0,930	-0,137	0,146	0,185	-0,351
Sosial	-0,418	0,839	-0,079	0,098	0,075	-0,134
PDKI	0,259	-0,128	1,000	-0,269	0,011	-0,104
PBV	0,098	0,142	-0,269	1,000	-0,105	0,059
GCG x Digitalisasi	-0,287	0,157	0,011	-0,105	1,000	-0,619
GCG x CSR	0,227	-0,295	-0,104	0,059	-0,619	1,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 6, semua indikator menunjukkan *cross loadings* tertinggi pada konstruk masing-masing, yang mengindikasikan validitas diskriminan yang baik.

Tabel 7. Hasil Fornell-Larcker criterion

	CSR	Digitalisasi	GCG	Nilai Perusahaan
CSR	0,886			
Digitalisasi	-0,481	1,000		
GCG	-0,128	0,259	1,000	
Nilai Perusahaan	0,142	0,098	-0,269	1,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 7, akar kuadrat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk variabel CSR (0,886) lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel lain, yang menunjukkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi. Hal yang sama juga berlaku untuk variabel lainnya, sehingga secara keseluruhan model telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan memeriksa skor *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dianggap reliabel apabila nilai dari kedua ukuran tersebut mencapai atau melebihi batas minimum sebesar 0,70. Jika nilai-nilai ini cukup tinggi, hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, yang menjamin konsistensi dan stabilitas dalam pengukuran pada penelitian ini. Tabel 8 menyajikan hasilnya.

Tabel 8. Hasil *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
CSR	0,735	0,879
Digitalisasi	1,000	1,000
Nilai Perusahaan	1,000	1,000
GCG	1,000	1,000
GCG x Digitalisasi	1,000	1,000
GCG x CSR	1,000	1,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 8, semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi. CSR memiliki skor sebesar 0,735, sedangkan tingkat pengungkapan digitalisasi, nilai perusahaan, dan GCG masing-masing memiliki skor sempurna sebesar 1,000. Hal ini menunjukkan reliabilitas yang sangat baik, karena semua nilai melebihi batas ambang 0,70. Selain itu, semua variabel dalam penelitian ini juga menunjukkan nilai *Composite Reliability* yang tinggi, yaitu 0,879 untuk CSR, serta 1,000 untuk tingkat pengungkapan digitalisasi, nilai perusahaan, GCG, dan variabel moderasi (GCG x tingkat pengungkapan digitalisasi dan GCG x CSR). Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria reliabilitas, karena memiliki nilai lebih besar dari 0,70.

Evaluasi *Inner Model*

R-square

R-square mewakili proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen maupun variabel dependen lainnya dalam suatu model. Pengujian ini berfungsi sebagai indikator utama kecocokan model, yang menunjukkan seberapa baik prediktor model menjelaskan perubahan pada variabel hasil. Nilai *R-square* biasanya dikategorikan ke dalam tiga tingkat: tinggi (0,75 atau lebih), sedang (0,50), dan rendah (0,25). Nilai *R-square* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar varians berhasil dijelaskan oleh model, sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan sebagian kecil dari variabilitas variabel dependen, yang mengindikasikan adanya potensi perbaikan (Ghozali, 2014).

Tabel 9. Hasil *R-square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Nilai Perusahaan	0,152	0,073

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 9, nilai *R-square* untuk konstruk nilai perusahaan adalah sebesar 0,152, yang menunjukkan bahwa 15,2% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh tingkat pengungkapan digitalisasi, CSR, dan GCG, sedangkan 84,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Nilai yang rendah ini menunjukkan bahwa variabel eksogen memiliki daya jelaskan yang terbatas, dan struktur model belum optimal.

F-square

Ukuran efek moderasi dapat dilihat dari hasil tabel *F-square*, berdasarkan kriteria untuk efek langsung maupun efek moderasi.

Tabel 10. Hasil *F-square*

	<i>F-square</i>
Digitalisasi → Nilai Perusahaan	0,063
CSR → Nilai Perusahaan	0,051
GCG → Nilai Perusahaan	0,102
GCG x Digitalisasi → Nilai Perusahaan	0,002
GCG x CSR → Nilai Perusahaan	0,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 10, pengaruh masing-masing variabel pada tingkat struktural terhadap nilai perusahaan relatif kecil, sebagaimana dibuktikan oleh nilai *F-square* yang diperoleh. Tingkat pengungkapan digitalisasi menunjukkan dampak yang kecil dengan nilai *F-square* sebesar 0,063, diikuti oleh CSR dengan nilai 0,051. GCG menunjukkan pengaruh yang sedikit lebih kuat, meskipun masih terbatas, dengan nilai *F-square* sebesar 0,102. Selain itu, efek moderasi GCG terhadap hubungan antara tingkat pengungkapan digitalisasi dan nilai perusahaan sangat minimal, sebagaimana tercermin dari nilai *F-square* sebesar 0,002. Demikian pula, pengaruh moderasi GCG terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan hampir tidak ada, dengan nilai *F-square* sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang diteliti memiliki pengaruh yang relatif lemah terhadap nilai perusahaan dalam konteks penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proposisi atau asumsi sementara yang diajukan untuk menjelaskan suatu fenomena, berdasarkan bukti yang terbatas, dan memerlukan penyelidikan lebih lanjut. Hipotesis berfungsi sebagai dasar bagi penelitian, mengarahkan jalannya studi dengan mengusulkan hubungan

antar variabel yang dapat diuji dan kemudian dikonfirmasi atau ditolak melalui analisis data. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan output koefisien jalur (*path coefficients*), yang berfungsi sebagai alat analisis untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan ini secara kuantitatif menguji hubungan kausal dengan memeriksa nilai *original sample* (O), *t-statistics*, dan *p-values* sebagai indikator signifikansi (Ghozali, 2014). Berdasarkan hasil koefisien jalur, suatu pengaruh dianggap signifikan apabila *t-statistic* > *t-table* pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan nilai probabilitas atau skor signifikansi (*p-values*), jika *p-values* < 0,05 maka pengaruh tersebut signifikan dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika *p-values* > 0,05 maka pengaruh tersebut tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

Tabel 11. Hasil *Path Coefficients*

Hipotesis	Variabel	<i>Original sample</i> (O)	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Kesimpulan
H ₁	Digitalisasi → Nilai Perusahaan	0,280	2,108	0,035	Diterima
H ₂	CSR → Nilai Perusahaan	0,246	1,578	0,115	Ditolak
H ₃	GCG → Nilai Perusahaan	-0,310	2,672	0,008	Diterima
H ₄	GCG x Digitalisasi → Nilai Perusahaan	-0,045	0,267	0,790	Ditolak
H ₅	GCG x CSR → Nilai Perusahaan	-0,001	0,005	0,996	Ditolak

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan koefisien jalur pada Tabel 11, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa skor *original sample* (O) pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan bernilai positif sebesar 0,280 dan signifikan pada tingkat 0,05 ($2,108 > 2,00404$), dengan *p-values* sebesar $0,035 < 0,05$. Oleh karena itu, tingkat pengungkapan digitalisasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, dan H₁ diterima.
2. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai *original sample* (O) CSR terhadap nilai perusahaan bernilai positif sebesar 0,246 namun tidak signifikan pada tingkat 0,05 ($1,578 < 2,00404$), dengan *p-values* sebesar $0,115 > 0,05$. Dengan demikian, CSR tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, dan H₂ ditolak.
3. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa skor *original sample* (O) GCG terhadap nilai perusahaan bernilai negatif sebesar 0,310 dan signifikan pada tingkat 0,05 ($2,672 > 2,00404$), dengan *p-values* sebesar $0,008 < 0,05$. Oleh karena itu, GCG berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, dan H₃ diterima.
4. Hipotesis keempat menunjukkan bahwa skor *original sample* (O) interaksi antara GCG dan pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan bernilai negatif sebesar 0,045 dan tidak signifikan pada tingkat 0,05 ($0,267 < 2,00404$), dengan *p-values* sebesar $0,790 > 0,05$. Dengan demikian, GCG tidak memoderasi pengaruh pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan, dan H₄ ditolak.
5. Hipotesis kelima menunjukkan bahwa skor *original sample* (O) interaksi antara GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan bernilai negatif sebesar 0,001 dan tidak signifikan pada tingkat 0,05 ($0,005 < 2,00404$), dengan *p-values* sebesar $0,996 > 0,05$. Oleh karena itu, GCG tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dan H₅ ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil evaluasi hipotesis pertama (H₁) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien jalur positif sebesar 0,280, *t-statistics* sebesar 2,108 ($> 2,00404$), dan *p-values* sebesar 0,035 ($< 0,05$), yang menunjukkan bahwa H₁

diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi, yang diukur melalui indikator-indikator tertentu, memberikan sinyal positif kepada investor mengenai potensi aliran kas masa depan dan persepsi risiko yang berkurang, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan seperti yang tercermin dalam rasio PBV untuk periode 2021-2023. Hal ini terutama terlihat pada perusahaan sektor teknologi yang sangat bergantung pada proses digital, seperti PT Digital Mediatama Maxima Tbk, yang memiliki tingkat pengungkapan digitalisasi sebesar 0,61 dan nilai perusahaan sebesar 18,61, dibandingkan dengan PT Quantum Clovera Investama Tbk dengan tingkat pengungkapan 0,35 dan nilai perusahaan -0,03. Hasil ini sejalan dengan temuan [Safitri \(2023\)](#) dan [Salvi \(2021\)](#) yang mengidentifikasi pengaruh positif digitalisasi terhadap nilai perusahaan, tetapi bertentangan dengan temuan [Firmansyah dan Helmy \(2023\)](#) serta penelitian dari [Haq \(2024\)](#) yang melaporkan tidak ada pengaruh signifikan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Evaluasi hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan *t-statistics* sebesar 1,578 dan *p-values* sebesar 0,115. Pengungkapan CSR yang diukur dengan CSRI tidak mempengaruhi nilai perusahaan yang diukur dengan PBV selama periode 2021-2023, karena investor di sektor teknologi cenderung lebih fokus pada kinerja keuangan, inovasi, dan pertumbuhan pengguna. Dampak sosial dari perusahaan teknologi tidak terlihat secara langsung, sehingga CSR menjadi kurang diperhitungkan dalam penilaian. Selain itu, pengungkapan CSR belum sepenuhnya sesuai dengan standar GRI, misalnya PT Global Sukses Solusi Tbk telah memenuhi kurang dari 50% item GRI. Temuan ini konsisten dengan studi oleh [Kristanti \(2022\)](#) dan [Rasyid et al. \(2022\)](#), namun berbeda dengan penelitian [Pratama dan Serly \(2024\)](#) serta penelitian dari [Muhlis dan Gultom \(2021\)](#).

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil evaluasi hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa GCG memiliki pengaruh yang signifikan namun negatif terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien -0,310, *t-statistics* 2,672, dan *p-values* 0,008. GCG, yang diukur dengan proporsi komisaris independen, menunjukkan hubungan terbalik dengan nilai perusahaan, seperti yang terlihat pada PT Envy Technologies Indonesia Tbk, yang memiliki tingkat GCG yang tinggi tetapi nilai perusahaan yang rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan GCG cenderung bersifat simbolis atau berlebihan, yang mengarah pada ketidakefisienan dan persepsi negatif dari investor. Hasil ini konsisten dengan beberapa studi sebelumnya, namun bertentangan dengan temuan [Susilo et al. \(2018\)](#), yang menyatakan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

***Good Corporate Governance* Memoderasi Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil evaluasi hipotesis keempat (H_4) menunjukkan bahwa GCG tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan, dengan nilai *t-statistics* sebesar 0,267 dan *p-values* sebesar 0,790. Hubungan antara pengungkapan digitalisasi dan nilai perusahaan, yang diukur dengan PBV selama periode 2021-2023, tidak diperkuat oleh GCG yang diprosikan dengan proporsi komisaris independen. Sebagai contoh, PT Envy Technologies Indonesia Tbk menunjukkan skor GCG dan pengungkapan digitalisasi yang tinggi, namun nilai perusahaannya tetap rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa GCG belum efektif dalam memperkuat sinyal positif dari pengungkapan digitalisasi. Kualitas pengungkapan yang kurang substansial atau sekadar simbolis dapat menyebabkan sinyal tersebut diabaikan oleh pasar. Temuan ini mendukung teori sinyal, namun menunjukkan bahwa sinyal digitalisasi menjadi tidak efektif tanpa implementasi yang nyata. Hasil ini sejalan dengan penelitian

Kristanti (2022), namun berbeda dengan penelitian Ajo Putri *et al.* (2023) serta penelitian dari Siregar dan Br Bukit (2018).

Good Corporate Governance Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Hasil evaluasi hipotesis kelima (H_5) menunjukkan bahwa GCG tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Uji koefisien parameter menunjukkan adanya hubungan negatif ($-0,001$) antara CSR dan nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderasi; namun, hasil ini tidak signifikan secara statistik (t -statistics $0,005$, p -values $0,996$). Dengan demikian, hipotesis kelima (H_5) ditolak. GCG yang diprosikan dengan proporsi komisaris independen tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan yang diukur dengan rasio *Price Book Value* (PBV). Temuan ini mengindikasikan bahwa GCG tidak cukup efektif sebagai mekanisme kontrol untuk memastikan bahwa CSR memberikan manfaat ekonomi jangka panjang. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ajo Putri *et al.* (2023) serta Elisabet dan Mulyani (2019) yang menyatakan bahwa GCG tidak memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, namun bertentangan dengan temuan Wijaya & Wirawati (2019) yang menemukan hasil sebaliknya.

Simpulan

Merujuk pada *output* penelitian, hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi memiliki implikasi signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan dampak yang berarti. *Good Corporate Governance* (GCG) berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan, namun tidak berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara tingkat pengungkapan digitalisasi maupun CSR terhadap nilai perusahaan. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur tentang pengaruh pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor teknologi yang masih jarang diteliti. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bagi perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan digitalisasi dan praktik GCG guna mendorong nilai perusahaan. Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yang membuka peluang untuk penelitian lanjutan, seperti mengkaji sektor lain (manufaktur, perbankan, atau energi) guna melihat apakah hasil ini bersifat sektoral atau dapat digeneralisasi. Penelitian mendatang juga disarankan mengeksplorasi lebih jauh aspek-aspek lain dari GCG, seperti independensi dewan, pengendalian internal, dan transparansi, dalam hubungannya dengan pengungkapan digitalisasi dan CSR terhadap nilai perusahaan.

Referensi

- Adang, F. (2019). *Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, Dan Sales Growth Terhadap Firm Value*. *Jurnal Bina Akuntansi*, 6(1), 48–75. <https://doi.org/10.52859/jba.v6i1.42>
- Ajo Putri, M., Yuliusman, & Rahayu. (2023). *The Effect of Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility and Firm Size on Company Value with Good Corporate Governance as a Moderating Variable in Technology Companies Listed on the Bej in 2019-2022*. *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences*, 1(4), 415–436. <https://doi.org/10.55927/ijems.v1i4.5050>
- amp.kontan.co.id. (2024). *Prospek Kinerja Saham Sektor Teknologi Diprediksi Masih Berat di Tahun Ini*. <https://amp.kontan.co.id/news/prospek-kinerja-saham-sektor-teknologi-diprediksi-masih-berat-di-tahun-ini>
- Arniwita, Kurniasih, E. T., Abriyoso, O., & Wijayantini, B. (2021). *Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi)* (1 ed.). Insan Cendekia Mandiri.

- Bursa Efek Indonesia. (2024). *Awali September dengan Rekor IHSG dan Kapitalisasi Pasar*. <https://www.idx.co.id/id/berita/siaran-pers/2214>
- Cahyaningrum, Y., Widodo, E., & Widuri, D. T. (2023). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- Charles, S., Jiang, J., Liu, X., Chen, M., & Yuan, X. (2021). *International Journal of Hospitality Management Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic? International Journal of Hospitality Management*, 93(June 2020), 102759. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102759>
- Elisabet, E., & Mulyani, S. D. (2019). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Struktur Modal Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 5(2), 115–136. <https://doi.org/10.25105/jmat.v5i2.5070>
- Endang, A., Purwanto, N., & Pratiwi, F. L. (2014). *Analisis Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI*. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 20, 1–15.
- Firmansyah, R., & Helmy, H. (2023). *The Pengungkapan Informasi Tentang Digitalisasi dan Nilai Perusahaan*. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(4), 1544–1554. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i4.1089>
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan: Studi Untuk Perusahaan Telekomunikasi* (H. Wahyuni (ed.)). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4 ed.).
- Ghozali, Z., Martini, R., Arifin, M. A., Masnoni, Sutandi, S., Rinaldi, M., Saktisyahputra, & Anggraini, H. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Akuntansi* (1 ed.). PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Gusriandari, W., Rahmi, M., & Putra, Y. E. (2022). *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020*. *Jurnal Pundi*, 6(1), 181–196. <https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.406>
- Haq, N. R. (2024). *Digitalisasi, Perencanaan Pajak, Struktur Modal, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Huang, S., & Liu, H. (2021). *Impact of COVID-19 on stock price crash risk: Evidence from Chinese energy firms*. *Energy Economics*, 101(January), 105431. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105431>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure*. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). *Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi*. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility (Konsep dan Implementasi)*. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia* (1 ed.). Economic & Business Publishing. <https://www.kemenkeu.go.id/media/6749/buku-pintar-dana-desa.pdf>
- Kong, D. (2012). *Does corporate social responsibility matter in the food industry? Evidence from a nature experiment in China*. *Food Policy*, 37(3), 323–334. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2012.03.003>
- Kristanti, I. N. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 551–558.

- <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Luthfiana, L., & Dewi, N. G. (2023). *Pengaruh Good Corporate Governance, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal Bina Akuntansi*, 10(1), 364–377.
- Meltwater, W. A. S. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Micheal, & Wijaya, H. (2024). *Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Mediasi Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Properti*. *Jurnal Bina Akuntansi*, 11(1), 1–17.
- Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–198. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559>
- Mutmainah. (2015). *Analisis Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan*. *Eksis*, X(2), 181.195.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Jakarta Composite Index and Sectoral Indices Movement - Desember 2023*. <https://idx.co.id/id/data-pasar/laporan-statistik/digital-statistic/monthly/stock-price-index/jakarta-composite-index-and-sectoral-indices-movement?filter=eyJ5ZWYljoimjAyMyIsIm1vbnRljoimjYlYXJ0ZXliOjAsInR5cGUiOiJtb250aGx5In0%3D>
- Pajung, D. (2022). *Digitalisasi Good Corporate Governance BumN Guna Meningkatkan Perekonomian Nasional*.
- Pratama, A. P., & Serly, V. (2024). *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(3), 1285–1301. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1699>
- Priadana, H. . S. dan D. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Pascal Books. <https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Pujarini, F. (2020). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai*. 4(1), 1–15.
- Purwanto, Y. (2020). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan*. 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan*. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 135–156. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>
- Rima, M. (2018). *Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, Kepemilikan Manajerial, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 477–485.
- Safitri, S. (2023). *Information Digitalization, Corporate Social Responsibility and Its Effect on Firm Value*. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 8(1), 38–62. <https://doi.org/10.20473/baki.v8i1.38221>
- Salvi, A. et all. (2021). *Online information on digitalisation processes and its impact on firm value*. *Journal of Business Research*, 124, 437–444. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.025>
- Sembiring, S. dan I. T. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 21(1), 173–184. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Siregar, N. B., & Br Bukit, R. (2018). *Impact of Corporate Social Responsibility and Company Size on Corporate Financial Performance with Good Corporate Governance as Moderating Variable*. 46(Ebic

- 2017), 241–248. <https://doi.org/10.2991/ebic-17.2018.37>
- Situmeang, I. V. O. (2016). *Corporate Social Responsibility (Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi)* (1 ed.). Ekuilibria. http://repository.upi-yai.ac.id/4643/1/LENGKAP_BUKU_Corporate_Social_Responsibility_Dipandang_compressed_%281%29.pdf
- Spence, M. (1973). *Job Market Signaling*. *The Quarterly Journal of Economics*. 87(3), 355–374.
- Subroto, V. K., & Endaryati, E. (2024). *Kumpulan Teori Akuntansi*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Susilo, A., Sulastri, S., & Isnurhadi, I. (2018). *Good Corporate Governance, Risiko Bisnis Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 16(1), 63–72. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v16i1.2132>
- Suti, M., Syahdi, M. Z., & Didiaryono, D. (2020). *JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Tata Kelola Perguruan Tinggi dalam Era Teknologi Informasi dan Digitalisasi*. 3(September), 203–214.
- Sylvia, L., Stefani, L., & Indarto, L. (2025). *Determinasi Good Corporate Governance, Csr, Capital Intensity, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Terdaftar Di BEI*. *Jurnal Bina Akuntansi*, 12(01), 133–142.
- Ulum, I. (2015). *Intellectual Capital Disclosure: Suatu Analisis Dengan Four Way Numerical Coding System*. 19, 39–50. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20885/jaai.vol19.iss1.art4>
- unair.ac.id. (2024). *Kejatuhan Start Up dan Fenomena Tech Winter yang Berkelanjutan*. Unairnews. <https://unair.ac.id/kejatuhan-start-up-dan-fenomena-tech-winter-yang-berkelanjutan/>
- Wardhani, W. K., & Samrotun, Y. C. (2020). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Integritas Laporan Keuangan*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 475. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.948>
- Wardoyo, D. U., Mulyani, A., Rahmawati, E., Widiastih, K. D., & Azizah, L. (2022). *Analisis Pengungkapan Global Reporting Initiative Standard (Gri Standard) Pada Laporan Keberlanjutan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019–2020*. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, Vol 2(No.3), 274–284.
- Wijaya, H., Tania, D., & Cahyadi, H. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan*. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>
- Wijaya, I. P. I., & Wirawati, N. G. P. (2019). *Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan*. 26, 1436–1463.
- Zulkifli, S. E., Al Asy Ari Adnan Hakim, S. E., Ramadhaniyati, R., Wau, L., Ali, I. H., Dhiana Ekowati, S. E., Triansyah, F. A., Dhety Chusumastuti, S. E., Muhammad Sholahuddin, S. E., & Fageh, A. (2023). *Ekonomi Digital*. Cendikia Mulia Mandiri.