



**PENGARUH TINGKAT PENGUNGKAPAN DIGITALISASI DAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI
Periode 2021-2023)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

IVAN LEONARDO

NIM. C1C021045

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

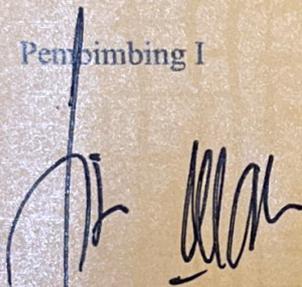
Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ivan Leonardo
Nomor Mahasiswa : C1C021045
Jurusan : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023)

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan Skripsi pada tanggal seperti tertera di bawah ini.

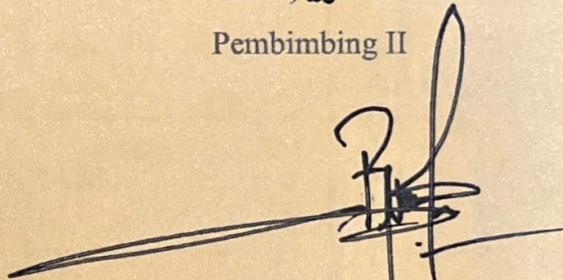
Jambi, **29** Mei 2025

Pembimbing I



Dr. Fitrini Mansur, S.E., M.Si.
NIP. 197311121998022002

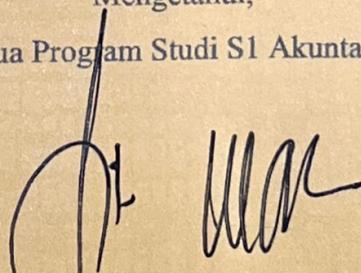
Pembimbing II



Riski Hernando, S.E., M.Sc.
NIP. 199104112018031001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



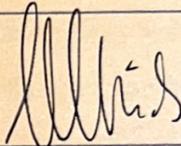
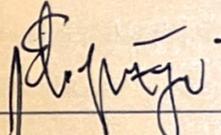
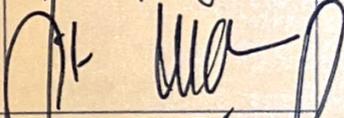
Dr. Fitrini Mansur, S.E., M.Si.
NIP. 197311121998022002

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Komprehensif dan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 21 Mei 2025
Jam : 08.30 s.d 09.30 WIB
Tempat : Ruang Sidang Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

PANITIA PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Ratih Kusumastuti, S.E., M.M. M.Si., Ak.	
Penguji Utama	Muhammad Ridwan, S.E., M.Sc.	
Sekretaris Penguji	Eko Prasetyo, S.E., M.Sc.Ak.	
Anggota I	Dr. Fitrini Mansur, S.E., M.Si.	
Anggota II	Riski Hernando, S.E., M.Sc.	

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nela Safelia Amin, S.E., M.Si.
NIP. 196603011990032002

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Nela Safelia, S.E., M.Si.
NIP. 198007082005012005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivan Leonardo
Nomor Mahasiswa : C1C021045
Jurusan : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023)

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan penulis tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dengan kaedah ilmiah penulisan.
2. Apabila dikemudian hari didapati ketidaksesuaian sebagaimana yang tercantum pada poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 28 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Ivan Leonardo
NIM. C1C021045

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan karunia dan rahmat yang telah diberikan, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Peneliti menyadari bahwa sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Helmi., S.H., M.H selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Ibu Prof. Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Nela Safelia, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Bapak Riski Hernando, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dan Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dengan sangat baik dan bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan banyak masukan selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ibu Dr. Fitriani Mansur, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dengan sangat baik dan bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan banyak masukan selama proses penyelesaian skripsi.
6. Bapak Lutfi, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Jambi.

7. Ibu Dr. Ratih Kusumastuti, S.E., M.M. M.Si., Ak selaku Ketua Penguji Skripsi dan Bapak Muhammad Ridwan, S.E., M.Sc selaku Penguji Utama Skripsi serta Bapak Eko Prasetyo, S.E., M.Sc.Ak selaku Sekretaris Penguji Skripsi.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama di bangku perkuliahan, serta memberikan pelayanan administrasi yang mendukung dan memperlancar selama perkuliahan.
9. Mama Feng A Pheng dan Papa Suyadi serta Adik saya Jesyca yang senantiasa telah mengiringi setiap langkah peneliti dengan doa, cinta, dan pengorbanan tanpa pamrih. Terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.
10. Sahabat seperjuangan peneliti yaitu Jumariah, Sherly, Wulandari, Nazrul, Wiliam, Yemima, Helpan, Wini, Siska, dan Lisvia. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang begitu berarti.
11. Keluarga PMM peneliti yaitu Bang Michael, Maul, Hari, Rian, Isel, Ruth, Winda, Mitha, Uci, dan Dwi. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan selama beberapa bulan saat di Surabaya.
12. Seluruh teman-teman angkatan S1 Akuntansi angkatan 2021.

Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan dan perlu penyempurnaan lebih lanjut dari segi isi maupun penyajian. Saran dan kritik yang sifatnya membangun begitu diharapkan oleh peneliti demi kesempurnaan dalam penelitian berikutnya.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi mahasiswa/i Program Studi S1 Akuntansi Universitas Jambi.

Jambi, 28 Mei 2025



Ivan Leonardo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi. Studi pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa *annual report* dan *sustainability report* yang tersedia pada website BEI dan website perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan didapat sampel sebanyak 20 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *good corporate governance* tidak mampu memoderasi hubungan antara tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan, dan *good corporate governance* tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Digitalisasi, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the level of digitalization disclosure and corporate social responsibility (CSR) on firm value, with good corporate governance (GCG) as a moderating variable. The research focuses on technology sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021-2023 period. This is a quantitative study utilizing secondary data obtained from annual reports and sustainability reports available on the IDX and company websites. The sampling technique employed is purposive sampling, resulting in a sample of 20 companies. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. The results show that the level of digitalization disclosure has a significant effect on firm value, while corporate social responsibility does not. Good corporate governance has a significant effect on firm value but does not moderate the relationship between digitalization disclosure or corporate social responsibility and firm value..

Keywords: *Digitalization, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Firm Value*

DAFTAR ISI

Halaman

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kerangka Teoritis.....	12
2.1.1 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>).....	12
2.1.2 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>).....	13
2.1.3 Tingkat Pengungkapan Digitalisasi	14
2.1.3.1 Pengertian Informasi.....	14
2.1.3.2 Pengertian Digitalisasi.....	15
2.1.3.3 Informasi tentang Digitalisasi.....	15
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16
2.1.4.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16
2.1.4.2 Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.4.3 Konsep <i>Triple Bottom Lines</i>	18
2.1.4.4 Prinsip-Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.4.5 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.4.6 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20

2.1.5	Nilai Perusahaan	21
2.1.5.1	Pengertian Nilai Perusahaan	21
2.1.5.2	Konsep Nilai Perusahaan	21
2.1.5.3	Metode Pengukuran Nilai Perusahaan	22
2.1.6	<i>Good Corporate Governance</i> (GCG)	23
2.1.6.1	Prinsip-Prinsip <i>Good Corporate Governance</i>	24
2.1.6.2	Mekanisme Penerapan <i>Good Corporate Governance</i>	25
2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Pemikiran	32
2.3.1	Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan	32
2.3.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	33
2.3.3	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan	34
2.3.4	<i>Good Corporate Governance</i> Memoderasi Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan	34
2.3.5	<i>Good Corporate Governance</i> Memoderasi Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	35
2.4	Model Penelitian	37
2.5	Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Pendekatan Penelitian	39
3.2	Jenis dan Sumber Data	39
3.3	Metode Pengumpulan Data	39
3.4	Metode Penarikan Sampel	40
3.5	Definisi Operasional Variabel	41
3.5.1	Variabel Independen (Bebas) “X”	42
3.5.1.1	Tingkat Pengungkapan Digitalisasi (X ₁)	42
3.5.1.2	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₂)	45
3.5.2	Variabel Dependen (Tak bebas atau Terikat) “Y”	45
3.5.2.1	Nilai Perusahaan (Y)	46
3.5.3	Variabel Moderasi “Z”	47

3.5.3.1	<i>Good Corporate Governance (Z)</i>	47
3.6	Teknik Analisis Data	51
3.6.1	Statistik Deskriptif	51
3.6.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	52
3.6.2.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	52
3.6.2.2	Evaluasi <i>Inner Model</i>	54
3.6.3	Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	56
4.1.2	Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	60
4.1.2.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	60
4.1.2.2	Evaluasi <i>Inner Model</i>	68
4.1.3	Pengujian Hipotesis	71
4.2	Pembahasan	74
4.2.1	Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan	74
4.2.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	75
4.2.3	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan	77
4.2.4	<i>Good Corporate Governance</i> Memoderasi Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan	80
4.2.5	<i>Good Corporate Governance</i> Memoderasi Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Teoritis	85
5.2.2	Saran Praktis	85
5.3	Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Proses <i>Purposive Sampling</i> Perusahaan.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	56
Tabel 4.2 <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4.3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	64
Tabel 4.4 <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4.5 <i>Fornell-Larcker criterion</i>	66
Tabel 4.6 <i>Cronbach's Alpha</i>	67
Tabel 4.7 <i>Composite Reliability</i>	67
Tabel 4.8 Nilai <i>R-square</i> Tahap 1	68
Tabel 4.9 Nilai <i>R-square</i> Tahap 2	69
Tabel 4.10 Nilai <i>F-square</i>	70
Tabel 4.11 <i>Path Coefficients</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan IHSG di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Grafik Indeks Pasar Modal Tahun 2023	3
Gambar 1.3 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 2.2 Model Penelitian	37
Gambar 3.1 <i>Platform</i> Media Sosial di Indonesia Januari 2024	43
Gambar 4.1 Model Struktural Setelah di <i>Run</i> PLS-SEM Algorithm Tahap 1	61
Gambar 4.2 Model Struktural Setelah di <i>Run</i> PLS-SEM Algorithm Tahap 2	64
Gambar 4.3 Nilai <i>R-Square</i> Akhir/Tahap 2	69
Gambar 4.4 Inner Model pada <i>F-square</i>	70
Gambar 4.5 <i>Output Bootstrapping</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Daftar Nama Sampel Perusahaan Sektor Teknologi	93
Lampiran 1.2 Indikator Tingkat Pengungkapan Digitalisasi	94
Lampiran 1.3 Indikator GRI <i>Standards</i>	95
Lampiran 1.4 Data Mentah Penelitian Pengungkapan Digitalisasi.....	99
Lampiran 1.5 Data Mentah Penelitian <i>Corporate Social Responsibility</i>	106
Lampiran 1.6 Data Mentah Penelitian Nilai Perusahaan	121
Lampiran 1.7 Data Mentah Penelitian <i>Good Corporate Governance</i>	126
Lampiran 1.8 Tabulasi Data Sampel Penelitian	129
Lampiran 1.9 <i>Output</i> Uji PLS-SEM.....	132
Lampiran 1.10 <i>Output</i> T-Tabel	136

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia semakin berkembang semakin maju seiring dengan majunya teknologi yang akan datang. Begitu pula dengan perkembangan digitalisasi pada lingkup perseroan, mereka dituntut untuk dapat menghadapi tantangan digitalisasi yang ada di masa sekarang maupun masa depan, hal tersebut harus ditunjukkan dengan inovasi yang maju akan produk mereka. Semakin maju digitalisasi pada masa ini, perseroan juga dituntut agar dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka guna menghasilkan nilai perusahaan yang baik atau positif untuk dapat dipertimbangkan oleh pihak eksternal yang akan melakukan penanaman modal atau memberikan kredit untuk perseroan (Zulkifli dkk., 2023).

Investor atau pemegang saham memandang perusahaan yang baik yaitu melalui informasi keuangan yang disajikan secara kredibel atau dapat dipercaya, serta dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang, hal ini berkaitan dengan teori sinyal. Tindakan tersebut dilakukan oleh perusahaan guna untuk memberikan informasi kepada pemegang saham atau investor mengenai manajemen perusahaan dalam melihat prospek serta kinerja perusahaan kedepannya sehingga dapat membedakan perusahaan berkualitas baik dengan perusahaan berkualitas buruk. Teori sinyal akan menghasilkan sinyal yang sangat bernilai maupun sinyal yang tidak bernilai (Rima, 2018). Nilai perusahaan merupakan ukuran yang dapat diandalkan guna memperoleh kepercayaan kreditur dan investor. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan dari dibangunnya perusahaan agar dapat memaksimalkan laba dan saham guna meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham (Sembiring, 2019).

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) kembali mengalami peningkatan, ditutup pada zona positif dengan kenaikan sebesar 0,11% di level 7.681,04 pada perdagangan Kamis, 5 September 2024. Rata-rata volume perdagangan tahun berjalan (*year to date*, ytd) mencapai 13,64 miliar saham, dengan nilai transaksi rata-rata Rp7,3 triliun.

Sepanjang tahun ini, IHSG telah mencatat kenaikan 5,61% ytd. Pertumbuhan IHSG ini menempati posisi kelima tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Namun demikian, performa IHSG masih berada di bawah beberapa indeks bursa negara tetangga. Sebagai perbandingan, FTSE Bursa Malaysia KLCI mencatat kenaikan 14,45% ytd, mencapai posisi 1.664,82, dan menjadi yang tertinggi di ASEAN. Selanjutnya, VN-Index dari Vietnam meningkat 13,01% ytd ke level 1.275,80, sementara PSEi Index Filipina menempati urutan ketiga dengan kenaikan 7,10% ytd ke posisi 6.907,97. Selain itu, Straits Times Index (STI) Singapura juga menunjukkan kinerja lebih baik dengan peningkatan 7,10% ytd ke level 3.458,66. IHSG hanya berhasil mengungguli SET Index Thailand, yang mengalami penurunan sebesar -0,82% ytd ke level 1.404,28 (www.cnbcindonesia.com, 2024).

Data dari siaran pers Bursa Efek Indonesia bahwa pada 6 September 2024 Investor asing mencatatkan nilai beli bersih sebesar Rp1,03 triliun dan sepanjang tahun 2024 investor asing mencatatkan nilai beli bersih sebesar Rp30,99 triliun (Bursa Efek Indonesia, 2024). Berikut ditampilkan grafik dalam Gambar 1.1 yang menunjukkan pertumbuhan IHSG di Indonesia pada tahun 2020 hingga tahun 2024.

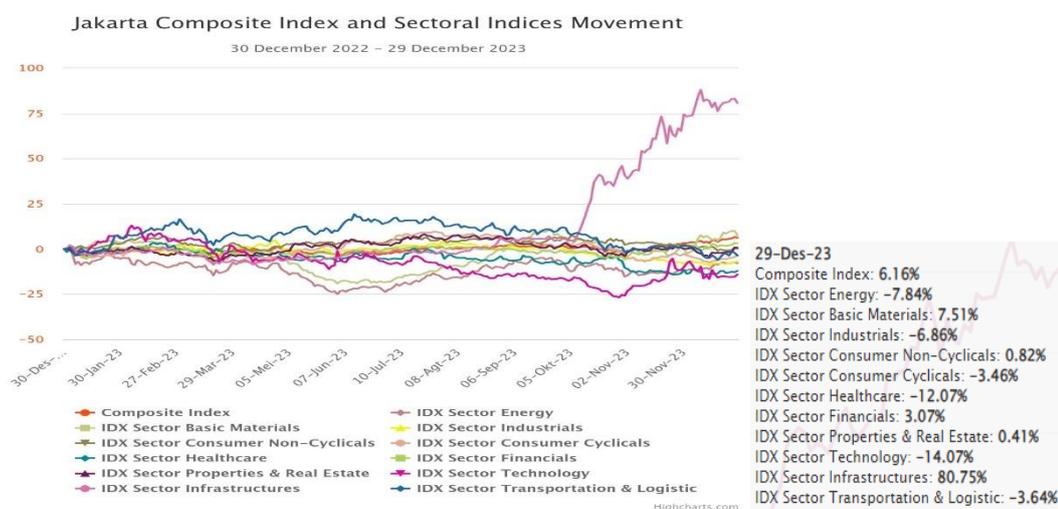
Gambar 1.1 Pertumbuhan IHSG di Indonesia



Sumber: id.investing.com, 2024

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 tersebut, perkembangan IHSG di Indonesia mengalami penurunan pada masa Covid-19 yaitu pada awal tahun 2020 yang nilai IHSG hanya menyentuh nilai 4.538,93. Dan perlahan-lahan mulai pulih kembali pasca Covid-19 mulai mereda, sehingga pada paruh awal tahun 2024 nilai IHSG menyentuh angka 7.207,94. Data dan fakta di atas menunjukkan bahwa walaupun pada masa Covid-19 perkembangan pasar modal mengalami penurunan yang signifikan, namun perlahan-lahan juga menunjukkan perkembangan atau pertumbuhan secara signifikan dan pulih kembali. Hal tersebut mengartikan bahwa para investor mulai menunjukkan keberaniannya untuk membangkitkan kembali pertumbuhan pasar modal di Indonesia. Maka, suatu emiten harus dapat meningkatkan nilai perusahaannya agar dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada emiten tersebut (Bursa Efek Indonesia, 2024).

Gambar 1.2 Grafik Indeks Pasar Modal Tahun 2023



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023

Indeks pasar modal menunjukkan nilai negatif untuk perusahaan sektor teknologi pada akhir tahun 2023 yang dapat dilihat pada Gambar 1.2, hal tersebut berdasarkan data statistik pasar modal 2023 yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Serta perusahaan sektor teknologi juga mendapat peringkat yang cukup rendah dalam indeks pasar modalnya yaitu -14,07% dan merupakan peringkat pertama terendah dari seluruh sektor yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Fenomena tersebut menunjukkan kebalikan pada akhir tahun 2021, di mana pasar modal mencapai peringkat tertinggi dengan indeksnya mencapai 670,02% (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Oleh karena itu, tahun pengamatan dalam penelitian ini yaitu dari awal perusahaan di sektor teknologi mengalami peningkatan pasar modal yang tajam atau pertengahan pandemi Covid-19 hingga Indonesia dinyatakan telah beralih ke masa endemi dan laporan tahunan terakhir diterbitkan yaitu dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Alasan lainnya yaitu pada periode 2021-2023 menjadi periode yang sulit bagi sektor teknologi secara global karena terjadi penurunan penggunaan produk teknologi yang tinggi pascapandemi telah berdampak pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sektor teknologi dari data di atas, dapat diketahui bahwa nilainya sedang mengalami kemerosotan yang cukup signifikan dan perlu diperhatikan secara khusus agar nilai perusahaan tersebut dapat pulih kembali. Perusahaan sektor teknologi juga sedang mengalami fenomena “*Tech Winter*” yaitu suatu periode ketika industri teknologi mengalami penurunan tajam dalam aktivitas bisnis dan investasi, yang menyebabkan terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, kebangkrutan, serta meningkatnya ketidakpastian dan ketidakstabilan ekonomi. Menurut laporan East Ventures, pendanaan di Indonesia pada paruh pertama tahun 2023 menurun 74% secara *year-on-year* (unair.ac.id, 2024).

Perusahaan GOTO yang merupakan perusahaan induk dari Gojek dan Tokopedia telah melakukan PHK terhadap 1.300 karyawan pada tahun 2022. Berdasarkan data dari CNBC, selama tahun 2022, total karyawan *start-up* dan perusahaan teknologi besar yang terdampak PHK mencapai 190.230 orang. Sementara itu, sepanjang tahun 2023, PHK telah memengaruhi 37.526 pekerja dari 122 perusahaan. Puncak PHK dalam dua tahun terakhir terjadi pada November 2022, dengan jumlah pekerja terdampak mencapai 52.135 orang. Fenomena ini terjadi seiring penyesuaian dan restrukturisasi yang dilakukan oleh banyak perusahaan di sektor teknologi akibat perubahan kondisi pasar (unair.ac.id, 2024).

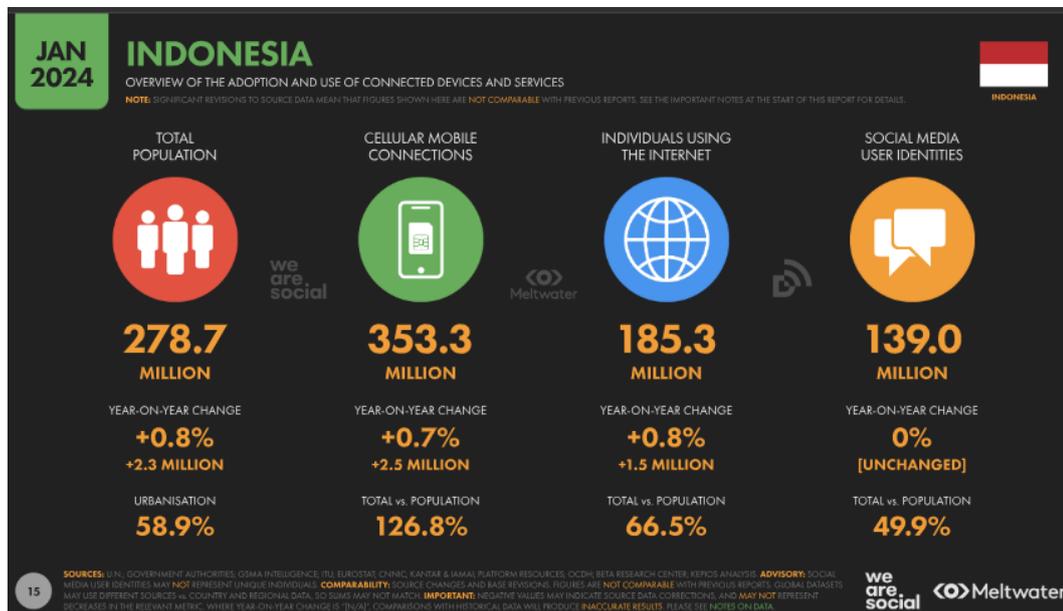
Performa saham di sektor teknologi diperkirakan masih menghadapi tantangan signifikan sepanjang tahun 2024. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks *IDX Sector Technology* mengalami penurunan sebesar 30,06% secara *year to date* (YtD), menjadikannya sebagai indeks sektoral dengan performa terlemah sepanjang tahun ini. Kinerja saham dari masing-masing emiten dalam sektor ini juga menunjukkan penurunan yang signifikan. Sebagai contoh, harga saham PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) telah turun 20,93% YtD menjadi Rp68 per saham. Sementara itu, saham PT Global Digital Niaga Tbk (BELI) mencatat penurunan 6,64% YtD ke Rp 450 per saham, dan PT Bukalapak.com Tbk (BUKA) mencatat penurunan harga saham sebesar 39,35% YtD menjadi Rp131 per saham (amp.kontan.co.id, 2024).

Para investor masih memiliki sentimen negatif untuk berinvestasi pada sektor teknologi di bursa domestik. Sentimen negatif yang memengaruhi kondisi ini meliputi ketidakpastian ekonomi yang terus berlanjut baik di Indonesia maupun secara global, kenaikan suku bunga, serta berkurangnya minat investor terhadap emiten di sektor teknologi yang memiliki tingkat risiko tinggi (amp.kontan.co.id, 2024).

Perusahaan di sektor teknologi dipilih sebagai objek penelitian karena mengalami penurunan signifikan dalam harga saham dan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) massal. Fenomena ini muncul pada masa pascapandemi Covid-19 dan di tengah perkembangan era revolusi industri 4.0, yang seharusnya mendorong pemanfaatan teknologi secara luas oleh masyarakat.

Penduduk di Indonesia yang tercatat sebanyak 278,7 juta penduduk, sekitar 185,3 juta atau 66,5% dari jumlah penduduk di Indonesia menggunakan internet yang menunjukkan peningkatan sebesar 0,8% dari tahun sebelumnya. Serta sebanyak 139,0 juta atau 49,9% penduduk Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut (Meltwater, 2024).

Gambar 1.3 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia



Sumber: *We are Social & Meltwater, 2024*

Peneliti dapat menyimpulkan dari fakta dan data di atas bahwa penggunaan internet dan media sosial tidak luput dari kegiatan sehari-hari masyarakat di Indonesia maupun kegiatan suatu emiten, perilaku tersebut diharapkan dengan adanya peran digitalisasi pada perusahaan dapat meningkatkan nilai pada perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada hasil penelitian sebelumnya yaitu oleh (Safitri, 2023) yang menggunakan tingkat informasi tentang digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen yang akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat informasi tentang digitalisasi dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Salvi, 2021) yang menunjukkan informasi digitalisasi memiliki hubungan dan berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil yang diungkapkan penelitian lain menyatakan bahwa digitalisasi, perencanaan pajak, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Haq, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah & Helmy, 2023) juga menunjukkan bahwa pengungkapan informasi tentang digitalisasi tidak

berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Penelitian tersebut juga selaras dengan penelitian (Nugraha, 2022) yang mengungkapkan pengungkapan informasi tentang digitalisasi tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Informasi tentang digitalisasi juga mengungkapkan informasi sosial perusahaan yang dapat diperoleh dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, 2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai sarana untuk memperbaiki dan meningkatkan nilai perusahaan. CSR dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan berdasarkan sampel perusahaan yang diteliti menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai pengungkapan CSR yang tinggi mempunyai nilai perusahaan yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan dengan pengungkapan CSR yang rendah memiliki nilai perusahaan yang rendah.

Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa CSR mampu memediasi hubungan pengaruh digitalisasi terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi digitalisasi maka akan semakin tinggi nilai perusahaan yang dihasilkan dengan dukungan CSR yang tinggi. Pengaruh digitalisasi terhadap nilai perusahaan bersifat positif artinya, setiap kenaikan digitalisasi maka akan diikuti kenaikan nilai perusahaan (Purnama, 2022). Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian (Karina & Setiadi, 2020) yang menunjukkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Hasil penelitian oleh (Elisabet & Mulyani, 2019) menunjukkan hal yang sebaliknya yaitu pengungkapan CSR tidak dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal serupa ditemukan pada penelitian (Ajo Putri dkk., 2023) yang mengungkapkan bahwa variabel CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, implementasi CSR dalam perusahaan bukan merupakan faktor penentu dalam peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Salah satu penyebab ketidakberpengaruhannya CSR terhadap nilai perusahaan adalah rendahnya tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan

teknologi selama tahun 2019, yang belum sesuai dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Dengan demikian, rendahnya kualitas pengungkapan CSR menjadi faktor utama yang menyebabkan praktik CSR tidak memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berbagai studi telah dilakukan oleh para peneliti untuk meneliti hubungan antara pengungkapan informasi tentang digitalisasi dan CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, seperti yang ditunjukkan sebelumnya hasil dari penelitian-penelitian tersebut masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengangkat topik dan tema tersebut untuk diteliti dengan menambahkan variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* (GCG).

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) di Indonesia hingga saat ini belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi semua pemangku kepentingan. Namun, GCG semakin krusial dalam praktik bisnis di Indonesia. Oleh karena itu, implementasi GCG membutuhkan komitmen yang kuat untuk memastikan keberhasilannya. Investor sangat mempertimbangkan penerapan GCG saat membuat keputusan investasi, karena keberadaan GCG memberikan keyakinan bahwa perusahaan dikelola dengan baik oleh manajemen demi keberlanjutan perusahaan dan untuk kepentingan para pemegang saham. Realisasi praktik CSR dan GCG dalam suatu perusahaan berpotensi memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan (Karina & Setiadi, 2020). Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Wirawati, 2019) bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Penelitian ini akan mengkaji pengaruh moderasi dari GCG yang bertujuan untuk menyelidiki apakah GCG mampu memoderasi pengaruh secara parsial dari tingkat pengungkapan digitalisasi dan CSR terhadap nilai perusahaan.

Objek penelitian akan difokuskan pada perusahaan-perusahaan di sektor teknologi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sektor ini didasarkan pada pertimbangan bahwa industri teknologi relatif baru di BEI dan menunjukkan fluktuasi yang signifikan selama periode 2021-2023.

Penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya (Safitri, 2023) dalam hal variabel, periode, objek, serta alat ukur yang digunakan. Penelitian terdahulu berfokus pada dua variabel utama yaitu tingkat pengungkapan digitalisasi dan tingkat pengungkapan CSR dengan GRI *Standards* yang berjumlah 148 indikator, sementara nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q dan menggunakan teori sinyal sebagai dasar analisis pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2019-2021.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 28 indikator untuk tingkat pengungkapan digitalisasi yang diukur dengan *four ways numerical coding system* dan menggunakan GRI *Standards* 2016 dengan 89 indikator untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR serta menggunakan *Price Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER) untuk mengukur nilai perusahaan. Penelitian ini juga memasukkan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap hubungan antara variabel-variabel yang dianalisis dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak hanya menggunakan teori sinyal namun juga menambahkan teori keagenan untuk implementasi prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik agar mengurangi risiko tindakan yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan di sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2021-2023.

Berpedoman pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat pengungkapan digitalisasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menganalisis apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis apakah *good corporate governance* dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah referensi dan memperkaya penelitian empiris di bidang akuntansi, terutama yang berhubungan dengan pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para investor atau calon investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menganalisis nilai perusahaan dan dapat memudahkan para investor atau calon investor dalam mengambil suatu keputusan yang tepat.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan referensi kepada manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan bahan acuan dalam penelitiannya yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

Teori penelitian dalam bidang akuntansi merupakan dasar esensial yang berfungsi untuk memahami, menjelaskan, dan menganalisis berbagai fenomena dalam konteks keuangan dan bisnis. Dalam kerangka ini juga mendeskripsikan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini (Z. Ghozali dkk., 2024).

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal yang pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence (1973) menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan, dimana akan mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan. Sinyal tersebut berupa informasi yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Tindakan tersebut dilakukan oleh perusahaan guna untuk memberikan informasi kepada pemegang saham atau investor mengenai manajemen perusahaan dalam melihat prospek serta kinerja perusahaan kedepannya sehingga dapat membedakan perusahaan berkualitas baik dengan perusahaan berkualitas buruk. Teori sinyal akan menghasilkan sinyal yang sangat bernilai maupun sinyal yang tidak bernilai (Z. Ghozali dkk., 2024).

Garis waktu mencakup dua entitas utama yakni pengirim sinyal dan penerima sinyal, beserta sinyal yang disampaikan di antara keduanya. Pemberi sinyal adalah orang dalam yang menerima berbagai jenis informasi, baik yang positif maupun negatif, yang berpotensi bermanfaat bagi pihak eksternal. Penerima sinyal adalah pihak eksternal yang memiliki keterbatasan informasi mengenai organisasi yang bersangkutan, tetapi memiliki minat untuk memperoleh informasi tersebut. Individu di dalam organisasi menerima informasi pribadi yang bersifat positif maupun negatif, dan perlu menentukan apakah akan menyampaikan informasi ini kepada pihak eksternal. Teori sinyal terutama menyoroti komunikasi informasi positif yang dilakukan secara sengaja untuk menyampaikan atribut positif organisasi. Sebaliknya, para peneliti telah mengeksplorasi tindakan yang diambil

oleh orang dalam yang menyampaikan informasi negatif mengenai atribut organisasi (Subroto & Endaryati, 2024).

Sinyal-sinyal yang diberikan seperti pengumuman laba atau rencana investasi, berfungsi untuk menyampaikan informasi yang tidak dapat diakses secara langsung oleh investor. Dalam teori ini, konsep utama adalah “asimetri informasi” yang menyoroti peran manajemen dalam memanfaatkan sinyal-sinyal tersebut guna mengurangi ketidakseimbangan informasi antara perusahaan dan pasar modal, serta bagaimana investor menanggapi informasi ini dalam proses pengambilan keputusan investasi (Z. Ghazali dkk., 2024). Teori sinyal menyatakan bahwa entitas dengan kinerja yang unggul cenderung lebih mudah melaksanakan pengungkapan informasi secara sukarela, karena hal ini dipandang sebagai metode efektif untuk membedakan diri mereka dari pihak lain di pasar (Subroto & Endaryati, 2024).

Tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan juga dapat dimanfaatkan sebagai sinyal perusahaan bagi pihak luar. Berdasarkan teori sinyal yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* akan membawa sinyal yang positif mengenai perkembangan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat mengakibatkan peningkatan harga saham yang merupakan indikator dari nilai perusahaan. *Annual report* dan *sustainability report* digunakan manajer sebagai sinyal yang diberikan perusahaan kepada para investor untuk meningkatkan transparansi dalam melaporkan kondisi perusahaan tersebut (Rima, 2018).

2.1.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi (*agency theory*) dikemukakan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling pada tahun 1976. Teori agensi merupakan kerangka kerja yang mengkaji hubungan antara agen (manajemen perusahaan) dan prinsipal (pemegang saham) dalam ranah keuangan dan akuntansi. Teori ini berfokus pada potensi munculnya konflik kepentingan akibat perbedaan tujuan antara pihak manajemen, yang bertindak sebagai pengelola perusahaan, dan pemegang saham, sebagai pemilik perusahaan. Konflik ini dapat mempengaruhi perilaku agen dalam pengelolaan perusahaan serta keputusan yang diambil terkait akuntansi. Dasar dari

teori ini adalah asumsi bahwa manajemen cenderung bertindak demi kepentingan pribadi, sementara pemegang saham mengharapkan upaya maksimal dari manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan, sehingga berpotensi menimbulkan konflik keagenan (Z. Ghozali dkk., 2024).

Teori keagenan menurut (Arniwita dkk., 2021) didasarkan pada tiga asumsi utama yaitu asumsi sifat dasar manusia, asumsi keorganisasian, dan asumsi informasi. Asumsi mengenai sifat dasar manusia menyatakan bahwa manusia cenderung egois, memiliki pandangan jangka pendek, dan lebih memilih untuk menghindari risiko. Asumsi keorganisasian mengindikasikan adanya potensi konflik antar anggota organisasi serta ketidakseimbangan informasi antara manajer dan pemilik. Sementara itu, asumsi informasi menempatkan informasi sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan. Dalam asumsi sifat dasar manusia, pemilik dan manajer berfokus pada kepentingan masing-masing, di mana pemilik mengadakan kontrak dengan harapan mendapatkan laba yang berkelanjutan.

Good corporate governance adalah suatu sistem pengelolaan manajemen yang berlandaskan pada teori keagenan. Sistem ini berfungsi sebagai mekanisme untuk meyakinkan investor bahwa mereka akan memperoleh keuntungan dari investasi yang ditanamkan pada perusahaan serta diharapkan mampu mengurangi biaya keagenan (*agency cost*). Biaya keagenan (*agency cost*) terdiri dari biaya *monitoring agen*, penciptaan sistem informasi akuntansi dan lainnya (Arniwita dkk., 2021).

2.1.3 Tingkat Pengungkapan Digitalisasi

2.1.3.1 Pengertian Informasi

Informasi dimaknai sebagai sesuatu yang mengandung makna yang sangat penting dalam kegiatan proses pengambilan suatu keputusan. Dikarenakan hal tersebut, informasi harus benar-benar dapat bebas dari kesalahan-kesalahan yang menyesatkan dan informasi itu sendiri mengandung nilai penuh yakni keakuratan, tepat waktu, dan relevan (Maydianto, 2021). Sedangkan menurut (Dalleh dkk., 2020) informasi adalah hasil dari data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga dapat memberikan pengetahuan kepada orang yang menerimanya. Dari pengertian

informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi ialah hasil dari data yang diproses secara relevan dan mengandung makna atau manfaat yang berguna bagi penerima informasi tersebut dalam pengambilan suatu keputusan.

2.1.3.2 Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses di mana semua bentuk informasi baik berupa numerik, kata, visual, suara, data, atau gerak yang dikodekan ke dalam bentuk bit (*binary digit* atau yang biasa disimbolisasikan dengan representasi 0 dan 1) yang memungkinkan akan terjadinya manipulasi dan transformasi suatu data (*bitstreaming*) (Wuryanta, 2013). Sedangkan menurut (Asaniyah, 2017) digitalisasi merupakan proses alih media dari bentuk cetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital.

Digitalisasi dapat diartikan juga sebagai penggunaan teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan memberikan pendapatan baru dan peluang menghasilkan nilai atas proses peralihan ke bisnis digital (Fauziyyah, 2022). Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa digitalisasi yaitu informasi yang telah diproses sebelumnya dalam bentuk gambar, audio, video, maupun bentuk lainnya diubah atau ditransformasikan ke dalam bentuk digital atau elektronik yang akan semakin memudahkan para pengguna informasi dalam mengaksesnya.

2.1.3.3 Informasi tentang Digitalisasi

Informasi tentang digitalisasi telah mendorong bentuk-bentuk kolaborasi baru antara perusahaan, pemasok, pelanggan, dan karyawan dalam rangka menghasilkan produk dan layanan baru yang menarik. Pada saat yang bersamaan, digitalisasi tetap menjadi tantangan bagi sebagian besar perusahaan atau organisasi karena mengharuskan mereka untuk memikirkan kembali strategi dan dalam menganalisis peluang bisnis baru. Di sektor keuangan, digitalisasi telah memberikan pengaruh dalam otomatisasi dan robotisasi proses atau aktivitas rutin, pengenalan intelijen bisnis, dan analitik data (Fauziyyah, 2022). Tata kelola mengenai informasi dan digitalisasi termasuk pengetahuan tentang sistem

manajemen yang berbasis pada pengembang informasi dan teknologi (Suti dkk., 2020).

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti kali ini akan mengukur tingkat pengungkapan digitalisasi dengan menggunakan analisis konten (*content analysis*) dan metode koding yaitu *four ways numerical coding system*. Indikator pada analisis konten situs *website* perusahaan dengan memakai indikator yang dipakai dalam penelitian sebelumnya oleh (Salvi, 2021) yakni terdapat 5 kategori analisis dengan jumlah 23 indikator. Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya memakai indikator yang dipakai oleh (Salvi, 2021), namun peneliti juga menambahkan 1 kategori baru yaitu kategori Media Sosial. Indikator yang dipakai dalam kategori Media Sosial tersebut yaitu berdasarkan *platform* media sosial dengan rata-rata waktu per bulan yang paling banyak dihabiskan untuk diakses di Indonesia.

2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.4.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan (*trust*) (Rudianto, 2013).

Corporate Sosial Responsibility (CSR) secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*sustainable development*) (Situmeang, 2016). CSR juga merupakan sebuah bentuk kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut memberikan manfaat terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan sosial perusahaan tersebut beroperasi (Situmeang, 2016). CSR memiliki dua konsep pengertian, yaitu pengertian secara luas dan pengertian secara sempit. CSR dalam pengertian luas yaitu peningkatan kualitas kemampuan manusia sebagai dan anggota masyarakat dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat

menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain). Sedangkan untuk pengertian sempitnya, CSR belum memiliki definisi yang *standard* (Kholis, 2020).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa CSR merupakan tanggung jawab sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada lingkungan sosial sekitar perusahaan maupun lingkungan luas serta tanggung jawab kepada karyawan-karyawan perusahaan tersebut, dengan CSR yang dikelola dengan baik oleh perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan dan saham perusahaan.

2.1.4.2 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Ruang lingkup CSR dibagi menjadi tiga, ruang lingkup CSR dalam arti sempit, ruang lingkup CSR dalam arti luas dan ruang lingkup CSR menurut perusahaan-perusahaan di Indonesia (Fajar, 2010).

Dalam lingkup sempit CSR memiliki ruang lingkup antara lain:

- a. Tanggung jawab sosial kepada karyawan;
- b. Tanggung jawab sosial kepada *stakeholder*, yakni pihak-pihak eksternal yang ikut mempengaruhi jalannya korporasi. Pihak-pihak tersebut baik langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi, yaitu konsumen dan mitra kerja; dan
- c. Tanggung jawab sosial kepada masyarakat umum. Ruang lingkup CSR pada masyarakat umum pembangunan masyarakat lokal (masyarakat yang ada di sekitar korporasi) dan atau masyarakat umum (sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi). Masyarakat umum bukan termasuk konsumen, karyawan atau pihak ketiga lainnya.

Ruang lingkup CSR dalam arti luas meliputi antara lain:

- a. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan;
- b. Tanggung jawab sosial terhadap hak asasi manusia; dan
- c. Tanggung jawab sosial perusahaan dan anti korupsi.

Serta untuk ruang lingkup CSR berdasarkan pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia yaitu tidak seragam, ada yang memandang CSR sebagai kegiatan *philanthropy* atau kedermawanan sosial dari korporasi untuk membantu orang miskin. Ada juga perusahaan yang memandang CSR sebagai keikutsertaan korporasi dalam pembangunan bangsa bersama pemerintah (Fajar, 2010).

2.1.4.3 Konsep *Triple Bottom Lines*

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai komunikasi organisasi perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat merupakan sebuah ide dan gagasan, di mana perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan atau profit yang dihasilkan saja. Namun juga dihadapkan pada CSR harus berpijak pada *triple bottom lines*.

Triple bottom lines menjelaskan hal selain ekonomi perusahaan tersebut yaitu menjelaskan aspek sosial dan lingkungan. Hal ini dikarenakan kondisi keuangan saja tidak akan cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan suatu perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Lingkungan sosial yang nyaman akan mendukung berjalannya operasional perusahaan. Itu harus menjadi pertimbangan bagi perusahaan agar dapat beroperasi dengan baik (Situmeang, 2016).

2.1.4.4 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Prinsip-prinsip yang digunakan sebagai acuan dalam menengarai aktivitas CSR yaitu sebagai berikut (Kholis, 2020):

- a. *Sustainability*, yakni prinsip CSR yang menekankan pada efek atau dampak masa depan akibat tindakan perusahaan atau korporasi pada saat ini.
- b. *Accountability*, prinsip ini menggarisbawahi bahwa pada dasarnya setiap organisasi adalah bagian dari masyarakat luas, sehingga tanggung jawab suatu organisasi atau korporasi tidak hanya sebatas pada pemilik semata, melainkan juga pada seluruh *stakeholder* baik internal maupun eksternal. Setiap pengambilan keputusan harus mempertimbangkan manfaat dan dampaknya terhadap eksternal dan internal *stakeholder*.
- c. *Transparency*, suatu prinsip CSR yang berarti bahwa apapun tindakan organisasi atau korporasi yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal harus dikomunikasikan secara detail latar belakang tindakan korporasi dan tujuannya pada masyarakat sekitar. Informasi ini penting sebagai bentuk pertanggungjawaban pada eksternal *stakeholder* secara transparan.

2.1.4.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat akan diperoleh secara keberlangsungan jika suatu perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Manfaat tersebut akan baik untuk perusahaan sendiri, untuk masyarakat, maupun pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. menjelaskan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, yaitu sebagai berikut (Kholis, 2020):

- a. Bagi Perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang

kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

- b. Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.
- c. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.
- d. Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “*corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

2.1.4.6 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam UU Perseroan Terbatas (PT) No. 40 Tahun 2007 pasal 74 yang berisi:

- Ayat (1): Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- Ayat (2): Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Perusahaan yang melaksanakan dan mengungkapkan program CSR akan dianggap baik (positif) oleh lingkungan sosial. Organisasi internasional yang aktif dalam menerbitkan pedoman bagi perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan hidup yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam penelitian ini,

pengungkapan CSR dilakukan dengan pemberian skor 0 apabila item indikator tidak diungkapkan dan skor 1 apabila item indikator diungkapkan terhadap GRI *Standards* dengan jumlah 89 indikator.

2.1.5 Nilai Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sebagai ukuran yang bisa digunakan untuk memperoleh kepercayaan kreditur dan investor. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan dari dibangunnya perusahaan agar dapat memaksimalkan laba untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki perusahaan. Dengan begitu jika nilai perusahaan tinggi maka kreditur dan investor percaya jika mereka meminjamkan dana maka akan dikembalikan. Sebaliknya jika nilai perusahaan rendah kreditur dan investor tidak percaya jika pinjaman yang diberikan akan dikembalikan (Sembiring, 2019).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah pandangan kepercayaan dari investor dan masyarakat terhadap keberhasilan perusahaan tersebut dalam meningkatkan sahamnya, sehingga jika nilai perusahaan tinggi maka semakin tinggi kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan tersebut.

2.1.5.2 Konsep Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa konsep dalam menjelaskan nilai perusahaan, yaitu sebagai berikut (Yulius Jogi Christiawan & Josua Tarigan, 2007):

- a. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- b. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- c. Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai

intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

- d. Nilai buku (*book value*) adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
- e. Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.

2.1.5.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan karena mencerminkan pengaruh gabungan dari rasio hasil pengembalian dan risiko. Rasio Penilaian terdiri dari (Pujarini, 2020):

- a. *Price Earning Ratio* (PER)

PER adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham) terhadap kenaikan pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan. *Price Earning Ratio* (PER) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

- b. *Price Book Value* (PBV)

Price book value (PBV) menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalue* (di atas) atau *undervalue* (di

bawah) nilai buku saham tersebut. *Price Book Value* (PBV) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Pujarini, 2020):

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

c. Tobin's Q

Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap Dollar investasi *increment*. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut (Pujarini, 2020):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVE} + \text{Debt})}{\text{TA}}$$

Keterangan:

- MVE = Harga penutupan saham pada akhir tahun buku \times jumlah saham biasa yang beredar
- Debt = Kewajiban lancar - aset lancar + Hutang jangka panjang
- TA = Nilai buku dari total aset

2.1.6 *Good Corporate Governance* (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) atau tata kelola perusahaan yang baik merupakan suatu sistem yang mengatur, mengelola, dan mengawasi proses kendali perusahaan, bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi pemegang kepentingan dan pemangku kepentingan lainnya, termasuk karyawan, kreditor, serta masyarakat sekitar. Hal ini diupayakan untuk membangun lingkungan manajerial yang bersih, transparan, dan profesional. Inti dari GCG adalah meningkatkan kinerja perusahaan melalui pemantauan yang efektif terhadap kinerja manajemen serta memastikan akuntabilitas manajemen terhadap para pemangku kepentingan dan *stakeholder* lainnya. Dengan adanya GCG, manajemen dapat lebih fokus dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan tanpa terganggu oleh aktivitas yang tidak berkontribusi terhadap pencapaian kinerja manajerial (Syofyan, 2021).

Terdapat bukti bahwa perusahaan dengan skor tinggi dalam GCG cenderung mendapatkan apresiasi pasar, terlihat dari penilaian pasar yang tinggi terhadap saham-sahamnya. Perusahaan dengan skor GCG tinggi juga menunjukkan rasio valuasi yang lebih baik. Investor bersedia membayar premi atas saham perusahaan yang memiliki komitmen untuk melindungi hak-hak pemegang saham, transparansi dalam pelaporan keuangan, serta keberadaan Dewan Komisaris yang independen (Syofyan, 2021). Mekanisme GCG terdiri dari empat mekanisme yaitu komite audit, komisaris independen, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial (Mutmainah, 2015).

Dalam penelitian ini, mekanisme *good corporate governance* yang diukur adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dan komite audit.

2.1.6.1 Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance*

Berikut prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang dikembangkan oleh *Organization for Economic Corporation and Development* (OECD) (Syofyan, 2021):

a. *Fairness* (Kewajaran)

Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan perlu senantiasa mempertimbangkan kepentingan para pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya berdasarkan prinsip kewajaran dan kesetaraan. Pemberlakuan perlakuan setara terhadap pemegang saham mencerminkan komitmen pada keadilan, di mana pemegang saham dengan klasifikasi yang serupa harus diperlakukan secara setara oleh perusahaan.

b. *Disclosure and Transparency* (Pengungkapan dan Transparansi)

Hak-hak pemegang saham meliputi akses terhadap informasi perusahaan yang akurat dan disampaikan tepat waktu, serta partisipasi dalam pengambilan keputusan strategis terkait perubahan signifikan pada perusahaan. Selain itu, pemegang saham berhak mendapatkan bagian dari laba perusahaan. Pengungkapan yang jelas, akurat, dan tepat waktu serta transparansi mengenai aspek-aspek kunci yang mempengaruhi kinerja

perusahaan, struktur kepemilikan, dan kepentingan pihak-pihak terkait (*stakeholders*) sangat penting.

c. *Accountability* (Akuntabilitas)

Dalam GCG, perusahaan diharuskan untuk mempertanggungjawabkan kinerjanya dengan transparansi yang tinggi. Langkah ini penting untuk mewujudkan pengelolaan perusahaan yang sesuai prinsip tata kelola yang baik, terukur, dan sejalan dengan kepentingan perusahaan, sambil tetap mempertimbangkan hak dan kepentingan pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya. Akuntabilitas menjadi syarat utama dalam mencapai kinerja yang berkelanjutan.

d. *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Peran pemegang saham perlu diakui sesuai dengan ketentuan hukum, dengan mengedepankan kerja sama aktif antara perusahaan dan para pemangku kepentingan untuk menciptakan nilai ekonomi, membuka peluang pekerjaan, serta menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Tanggung jawab ini melekat pada korporasi sebagai entitas masyarakat yang wajib mematuhi hukum dan beroperasi dengan mempertimbangkan kebutuhan masyarakat di sekitarnya.

2.1.6.2 Mekanisme Penerapan *Good Corporate Governance*

1. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen. Ukuran dari kepemilikan ini dapat dihitung berdasarkan persentase saham yang dimiliki oleh manajemen dibandingkan dengan total saham perusahaan yang beredar. Salah satu bentuk mekanisme tata kelola perusahaan (*good corporate governance*) untuk menekan biaya keagenan (*agency cost*) adalah dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh pihak manajemen. Menurut Jensen dan Meckling (1976) kepemilikan saham oleh manajemen mampu menyelaraskan kepentingan manajer dengan kepentingan para pemegang saham, sehingga potensi konflik di antara keduanya dapat diminimalisir.

Dalam perspektif teori akuntansi, motivasi manajerial sangat memengaruhi praktik manajemen laba (Endang dkk., 2014).

2. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh investor institusional, seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan yayasan. Investor institusional tersebut berperan dalam meminimalkan konflik keagenan. Kepemilikan institusional memungkinkan pengendalian atas tindakan manajemen melalui proses pemantauan yang efektif. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi cenderung meningkatkan upaya pengawasan oleh investor institusional, yang pada gilirannya dapat membatasi perilaku oportunistik dari pihak manajemen serta mengurangi potensi penyimpangan yang dapat merugikan nilai perusahaan (Cahyaningrum dkk., 2023).

Kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan berperan penting dalam meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap kinerja manajemen. Hal ini disebabkan karena kepemilikan saham mencerminkan sumber kekuasaan yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung, atau sebaliknya, mengkritisi posisi manajemen. Kepemilikan institusional mencerminkan kemampuannya untuk berperan sebagai pengawas yang efektif bagi manajemen dalam penyajian laporan keuangan. Informasi dalam laporan keuangan harus disajikan dengan mengutamakan kebebasan dari kesalahan material yang dapat menyesatkan pengguna, sehingga tercapai laporan keuangan yang memiliki integritas tinggi (Wardhani & Samrotun, 2020).

3. Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris memiliki peran yang krusial dalam struktur perusahaan, khususnya dalam penerapan mekanisme *good corporate governance*. Sebagai elemen utama dalam sistem *good corporate governance*, dewan komisaris bertanggung jawab untuk memastikan bahwa strategi perusahaan dijalankan dengan tepat, melakukan pengawasan terhadap kinerja manajemen, serta menjamin penerapan prinsip akuntabilitas dalam seluruh aktivitas perusahaan.

Keberadaan dewan komisaris menjadi fondasi utama bagi ketahanan dan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Secara lebih rinci, tanggung jawab utama dewan komisaris mencakup beberapa aspek penting. Pertama, dewan bertugas untuk mengevaluasi dan mengarahkan strategi perusahaan, menyetujui rencana kerja secara umum, kebijakan manajemen risiko, anggaran tahunan, serta rencana bisnis perusahaan. Selain itu, dewan menetapkan target kinerja, mengawasi pelaksanaan operasional dan pencapaian kinerja, serta memantau penggunaan modal, aktivitas investasi, dan pelepasan aset perusahaan. Kedua, dewan memiliki peran dalam menilai sistem penggajian bagi pejabat pada posisi strategis, termasuk anggota dewan direksi, dan memastikan bahwa proses nominasi anggota direksi dilakukan secara transparan dan adil. Ketiga, dewan berkewajiban untuk memantau serta menangani potensi konflik kepentingan di kalangan manajemen, direksi, dan komisaris, termasuk tindakan penyalahgunaan wewenang dan manipulasi transaksi oleh pihak internal. Keempat, dewan bertanggung jawab dalam mengawasi implementasi tata kelola perusahaan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Kelima, dewan juga harus memastikan efektivitas proses keterbukaan informasi dan komunikasi internal dalam perusahaan berjalan dengan baik (Franita, 2018).

4. Komite Audit

Komite audit merupakan sebuah komite yang terdiri paling sedikit dari tiga anggota, dengan ketua berasal dari komisaris independen perusahaan, serta dua anggota lainnya merupakan pihak eksternal yang independen dan memiliki kompetensi di bidang akuntansi dan keuangan, hal tersebut diatur Surat Edaran Bapepam No. SE-03/PM/2000. Kehadiran komite audit diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap penerapan prinsip-prinsip *good corporate governance*, yang pada gilirannya dapat mengurangi bahkan mencegah terjadinya praktik manajemen laba. Komite audit memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pendapat secara independen kepada dewan komisaris terkait laporan atau informasi yang disampaikan oleh direksi (Franita, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi dapat dilihat pada Tabel 2.1. Penelitian terdahulu mempunyai variasi terhadap hasil yang dipaparkan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Sumber, dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil
1	Maria Chiquitita Jasmin, Ayu Puspitasari, Helisa Noviarthy (Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi dan Kewirausahaan) 2024	Pengaruh Penerapan Sistem Digitalisasi, Efektivitas Pengendalian Internal, dan Pengungkapan Pengendalian Internal terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa sistem digitalisasi, efektivitas pengendalian internal, dan pengungkapan pengendalian internal tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai infrastruktur secara parsial.
2	Naufal Rizqi Haq (Skripsi Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) 2024	Pengaruh Digitalisasi, Perencanaan Pajak, Struktur Modal, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, perencanaan pajak, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

No	Nama, Sumber, dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil
3	<p>Suci Safitri, Wirmie Eka Putra, Fitrini Mansur</p> <p>(Jurnal Berkala dan Akuntansi Keuangan Indonesia)</p> <p>2023</p>	<p><i>Information Digitalization, Corporate Social Responsibility and Its Effect on Firm Value</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat digitalisasi informasi dan <i>corporate social responsibility</i> secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> di Indonesia dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai sarana untuk meningkatkan nilai perusahaan.</p> <p>Namun tingkat digitalisasi informasi belum dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dikarenakan pengungkapan digitalisasi informasi di perusahaan sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> masih rendah.</p>
4	<p>Megawati Ajo Putri, Yuliusman, Rahayu</p> <p>(<i>Indonesian Journal of Economic & Management Sciences</i>)</p> <p>2023</p>	<p><i>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 Bei in 2019-2022</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan <i>firm size</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>leverage</i> dan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Variabel <i>good corporate governance</i> dapat memoderasi profitabilitas dan <i>firm size</i> terhadap nilai perusahaan, namun tidak dapat memoderasi variabel <i>leverage</i> dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.</p>

No	Nama, Sumber, dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil
5	Rian Firmansyah, Herlina Helmy (Jurnal Eksplorasi Akuntansi) 2023	Pengungkapan Informasi Tentang Digitalisasi dan Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan informasi tentang digitalisasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	Aditya Nugraha (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan) 2022	Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai perusahaan perbankan melalui proksi Tobin's Q sebelum dan sesudah periode digitalisasi.
7	Antonio Salvi, Filippo Vitolla, Michele Rubino, Anastasia, Giakoumelou, Nicola Raimo (<i>Journal of Business Research</i>) 2021	<i>Online Information on Digitalization Processes and Its Impact on Firm Value</i>	Hasil riset yang telah dilakukan menunjukkan bahwa informasi tentang tingkat digitalisasi perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap <i>firm value</i> . Informasi digitalisasi perusahaan dapat menurunkan biaya ekuitas dan asimetri informasi.
8	Desita Riyanta Mitra Karina, Iwan Setiadi (Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana) 2020	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Pemoderasi	Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kedua, GCG sebagai variabel moderasi memperlemah terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

No	Nama, Sumber, dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil
9	Muhammad Sulhan, Ahmad Sidi Pratomo <i>(Management and Economics Journal)</i> 2020	<i>Analysis of The Impact of Financial Performance on Company Value with Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance as Moderating Variables</i>	Hasil riset menunjukkan bahwa profitabilitas kinerja keuangan, ukuran, <i>leverage</i> , dan <i>slack resource</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi. Kedua, CSR dan GCG variabel tersebut dapat memperkuat pengaruh kinerja keuangan itu diproksikan dengan profitabilitas, ukuran, <i>leverage</i> , <i>slack resource</i> , dan kepemilikan institusional atas nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI.
10	Affaf Asghar Butt, Aamer Shahzad, Jamshaid Ahmad <i>(Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management)</i> 2020	<i>Impact of CSR on Firm Value: The Moderating Role of Corporate Governance</i>	Hasil riset membuktikan bahwa <i>corporate governance</i> belum memainkan peran penting dalam mengelaborasi hubungan antara <i>corporate social responsibility</i> dan <i>firm value</i> .
11	Narumondang Bulan Siregar, Rina Br Bukit <i>(Advances in Economics, Business and Management Research)</i> 2020	<i>Impact of Corporate Social Responsibility and Company Size on Corporate Financial Performance with Good Corporate Governance as Moderating Variable</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR, ukuran perusahaan, dan KI secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. KI dapat memoderasi hubungan antara CSR dan ROA, serta kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan (TA) dan kinerja perusahaan (ROA).

No	Nama, Sumber, dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil
12	Elisabet, Susi Dwi Mulyani (Jurnal Magister Akuntansi Trisakti) 2019	Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Struktur Modal Dan <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi	Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional tidak dapat memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
13	I Putu Indra Wijaya, Ni Gusti Putu Wirawati (E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana) 2020	<i>Good Corporate Governance</i> Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menemukan bahwa profitabilitas dan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan. GCG mampu memperkuat pengaruh CSR pada nilai perusahaan, namun GCG tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan digitalisasi telah menjadi alternatif yang mempermudah akses informasi bagi individu. Informasi ini mencakup laporan aktivitas perusahaan dalam periode tertentu dan berpotensi memberikan manfaat signifikan bagi para pengguna informasi. Bagi investor, informasi mengenai kinerja perusahaan sangat krusial dalam mendukung proses pengambilan keputusan investasi. Berdasarkan teori sinyal, digitalisasi membantu penyampaian sinyal informasi perusahaan kepada semua pihak yang memerlukan, sehingga menciptakan dampak efisiensi dan efektivitas bagi pemanfaat informasi perusahaan tersebut (Haq, 2024).

Teori sinyal juga mengemukakan bahwa pengungkapan informasi mengenai digitalisasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dilakukan untuk mengatasi asimetri informasi, di mana perusahaan memiliki sejumlah besar informasi yang tidak tersedia bagi para investor (Firmansyah & Helmy, 2023).

Bukti empiris dari penelitian yang dilakukan oleh (Salvi, 2021), mengenai pengaruh tingkat informasi tentang digitalisasi terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil penelitiannya bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingkat informasi tentang digitalisasi. Pengungkapan informasi pada tingkat digitalisasi suatu perusahaan dapat dianggap sebagai sinyal penting yang dikirim oleh perusahaan kepada investor. Di satu sisi, sinyal ini mampu mempengaruhi persepsi investor tentang arus kas yang diharapkan dari perusahaan, dan di sisi lain, dapat mengurangi risiko yang dirasakan, sehingga mendorong pengurangan biaya modal ekuitas.

2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mengemukakan bahwa CSR merupakan komitmen sektor bisnis untuk berperan dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. WBCSD bekerja sama dengan karyawan perusahaan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas guna meningkatkan kualitas hidup (Kholis, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Huang & Liu, 2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam banyak kegiatan CSR lebih minim terkena risiko jatuhnya harga saham periode pasca Covid-19 dibandingkan dengan perusahaan yang sedikit terlibat pada kegiatan CSR. Begitupun dalam penelitian (Kong, 2012) menemukan bahwa CSR memiliki efek positif pada perilaku perdagangan investor ketika mereka mengalami ancaman atau risiko yang merugikan.

Penelitian lainnya juga mengungkapkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR terbukti mengalami peningkatan nilai pengembalian saham serta menarik *stakeholder* perusahaan selama pandemi. Hasil lain juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mengejar peningkatan kinerja pasar saham selama pandemi dapat berinvestasi dalam CSR untuk melindungi masyarakat, pelanggan, dan

karyawan untuk menarik perhatian pemangku kepentingan lebih lanjut (Charles dkk., 2021).

2.3.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan perlu memahami pentingnya menjaga keberlangsungan operasionalnya, yang salah satunya dapat dicapai melalui penerapan tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance* (GCG). Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), GCG merupakan salah satu pilar utama dalam sistem ekonomi berbasis pasar. Penerapan corporate governance ini berkaitan erat dengan peningkatan kepercayaan, baik terhadap perusahaan yang menerapkannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara (Mutmainah, 2015).

Penelitian oleh (Gusriandari dkk., 2022) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, dewan komisaris independent, dan komite audit tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil lain ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan (Cahyaningrum dkk., 2023) bahwa GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

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

Penerapan digitalisasi dalam perusahaan memiliki tujuan utama untuk memfasilitasi akses informasi bagi seluruh pemangku kepentingan mengenai kondisi perusahaan. Digitalisasi saat ini tidak sekadar melibatkan penggunaan teknologi internet beserta perangkat terkaitnya, melainkan telah menjadi indikator utama kemajuan suatu peradaban, serta kinerja organisasi dan korporasi dalam mempertahankan keberlanjutan di tengah perubahan era disrupsi. Digitalisasi juga berperan penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran bisnis yang ditetapkan. Banyak perusahaan mengalami kebangkrutan, salah satunya karena kalah bersaing dengan bisnis sejenis akibat kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam proses tata kelola mereka (Pajung & Si, 2022). Hal ini selaras dengan teori agensi bahwasannya dengan mengungkapkan sejumlah informasi digitalisasi yang baik akan menghasilkan *good corporate governance* yang optimal. *Good corporate governance* yang optimal tersebut akan mengurangi adanya asimetri informasi antara *agent* dan *principal*.

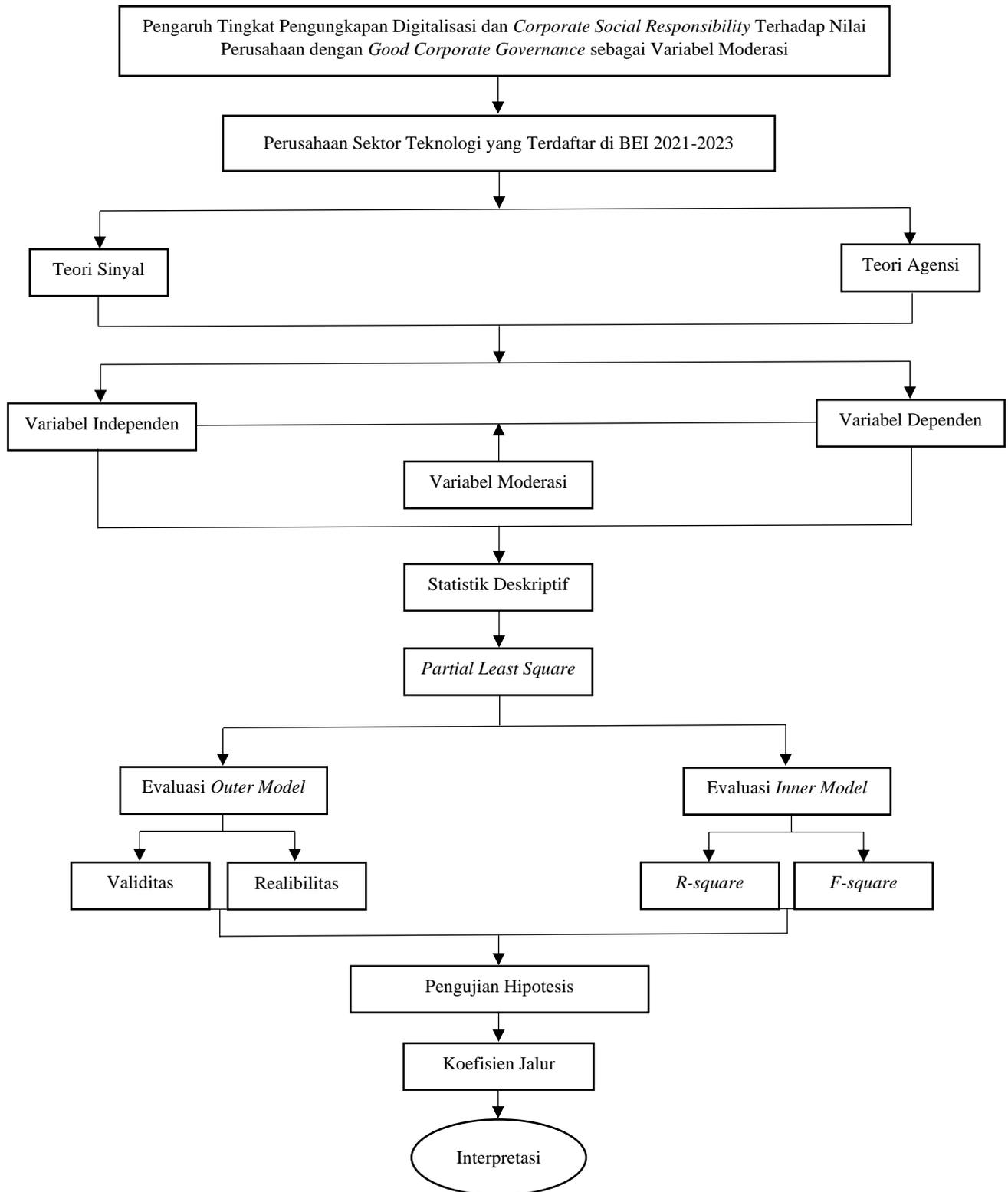
2.3.5 *Good Corporate Governance* Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). GCG dan CSR saling terkait secara integral dan keduanya memainkan peran yang krusial dalam praktik bisnis yang berkelanjutan. Salah satu prinsip utama dalam GCG adalah “*responsibility*” yang berfungsi sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Namun, pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) di Indonesia masih bersifat sukarela, sehingga perusahaan yang berpartisipasi setiap tahunnya berbeda-beda dan hanya sebagian kecil dari keseluruhan perusahaan yang konsisten mengikuti pemeringkatan tersebut. Hal ini menimbulkan keraguan di pasar mengenai kredibilitas hasil pemeringkatan CGPI, terutama karena belum terlihat adanya dampak signifikan terhadap pelaksanaan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengikuti pemeringkatan ini (Karina & Setiadi, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Wirawati, 2019) menemukan bahwa GCG mampu memperkuat pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Namun penelitian lain yang dilakukan oleh (Ajo Putri dkk., 2023) mengatakan hal sebaliknya yaitu GCG tidak dapat memoderasi variabel CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut selaras dengan penelitian (Elisabet & Mulyani, 2019) bahwa kepemilikan institusional tidak dapat memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

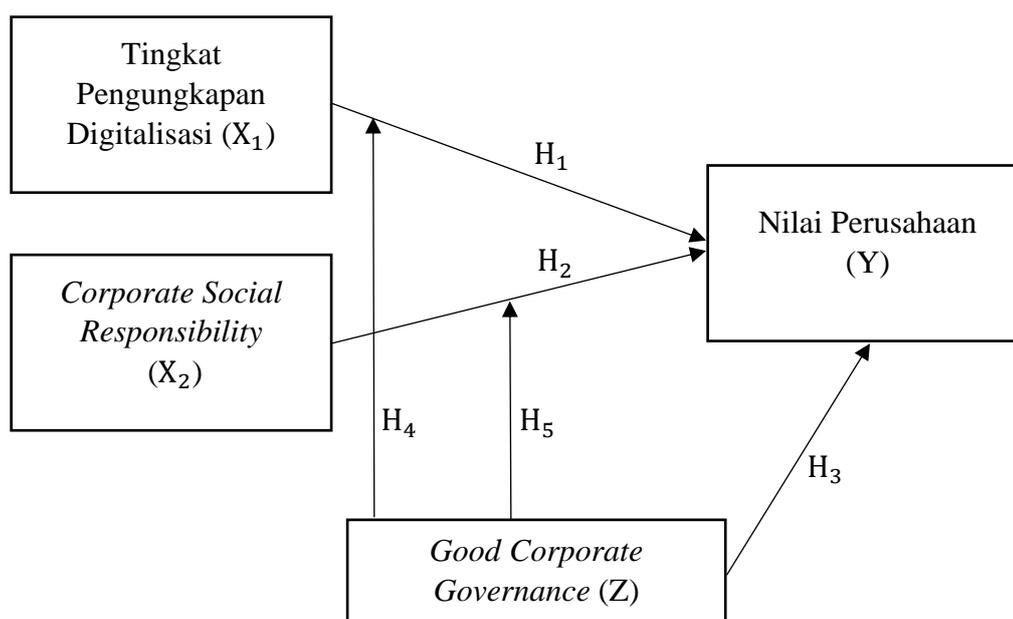
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4 Model Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini yang merujuk pada kerangka teoritis dan penelitian terdahulu, maka akan mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi diproksikan dengan menggunakan analisis konten dengan metode *four ways numerical coding system* dan *corporate social responsibility* diproksikan menggunakan *GRI Standards*. Nilai perusahaan diproksikan menggunakan *Price Earning Ratio (PER)* dan *Price Book Value (PBV)* serta *good corporate governance* akan diproksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris independen, dan komite audit. Berdasarkan kerangka teoritis yang telah peneliti uraikan di atas, maka dapat disusun hipotesis yang digambarkan dalam model penelitian pada Gambar 2.2 berikut.



Gambar 2.2 Model Penelitian

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan atau rumusan masalah penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dibentuk hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Tingkat Pengungkapan Digitalisasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

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

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

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

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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan investigasi sistematis mengenai sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi (Priadana, 2021). Penelitian kuantitatif pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif. Jenis penelitian ini berawal dari teori, hasil penelitian terdahulu, selanjutnya dikembangkan lebih lanjut untuk menguji teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut dengan didukung oleh data empiris (Rukminingsih dkk., 2020).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang, dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Data tersebut bisa merupakan internal atau eksternal organisasi dan diakses melalui internet, penelusuran dokumen, atau publikasi informasi (Sekaran & Bougie, 2017). Data sekunder dari penelitian ini adalah berupa *annual report* dan *sustainability report* perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan bagian integral (keseluruhan) dari desain penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Dokumentasi. Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang berupa catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Husada dkk., 2019). Peneliti melakukan pengumpulan data sekunder berupa *annual report* dan *sustainability report* perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui *website* <https://www.idx.co.id/id> periode 2021-2023.

3.4 Metode Penarikan Sampel

Populasi merupakan seluruh variabel yang terkait dengan topik pada penelitian dan merupakan keseluruhan dari subjek penelitian (Priadana, 2021). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 47 perusahaan. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri (Sekaran & Bougie, 2017). Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023 yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah:

1. Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
2. Perusahaan sektor teknologi yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) selama periode 2021-2023 secara lengkap dan konsisten.
3. Perusahaan sektor teknologi yang proporsi kepemilikan sahamnya dimiliki oleh perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan yayasan selama periode 2021-2023.

Proses *purposive sampling* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1
Proses *Purposive Sampling* Perusahaan

No	Kriteria	Jumlah
Populasi	Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di BEI sampai tahun 2023.	47
1	Perusahaan sektor teknologi yang tidak terdaftar di BEI periode 2021-2023.	(18)
2	Perusahaan sektor teknologi yang tidak mempublikasikan laporan tahunan (<i>annual report</i>) dan laporan keberlanjutan (<i>sustainability report</i>) selama periode 2021-2023 secara lengkap dan konsisten.	(7)
3	Perusahaan sektor teknologi yang proporsi kepemilikan sahamnya tidak dimiliki oleh perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan yayasan selama periode 2021-2023.	(2)
Jumlah Sampel		20
Jumlah Tahun Penelitian 2021-2023		3
Total Amatan		60

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan data kualifikasi di atas, maka terdapat 20 perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Daftar nama-nama perusahaan sampel dapat di lihat pada lampiran 1.1.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian (Sahir, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan tiga macam variabel yaitu variabel independen (bebas), variabel dependen (tak bebas atau terikat), dan variabel moderasi.

3.5.1 Variabel Independen (Bebas) “X”

Variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility*. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini:

3.5.1.1 Tingkat Pengungkapan Digitalisasi (X_1)

Variabel independen pertama yaitu tingkat pengungkapan digitalisasi. Tingkat pengungkapan digitalisasi akan diukur menggunakan pengungkapan *content analysis* pada situs web perusahaan dengan sistem coding. Metode coding yang digunakan yaitu *four ways numerical coding system*. Menurut (Ahmad, 2018) menjelaskan bahwa analisis konten (*content analysis*) sebagai pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol-simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi. Metode *four ways numerical coding system* ini tidak hanya mengidentifikasi luas pengungkapan tingkat informasi dari aspek kuantitas, namun juga kualitas pengungkapannya (Ulum, 2015).

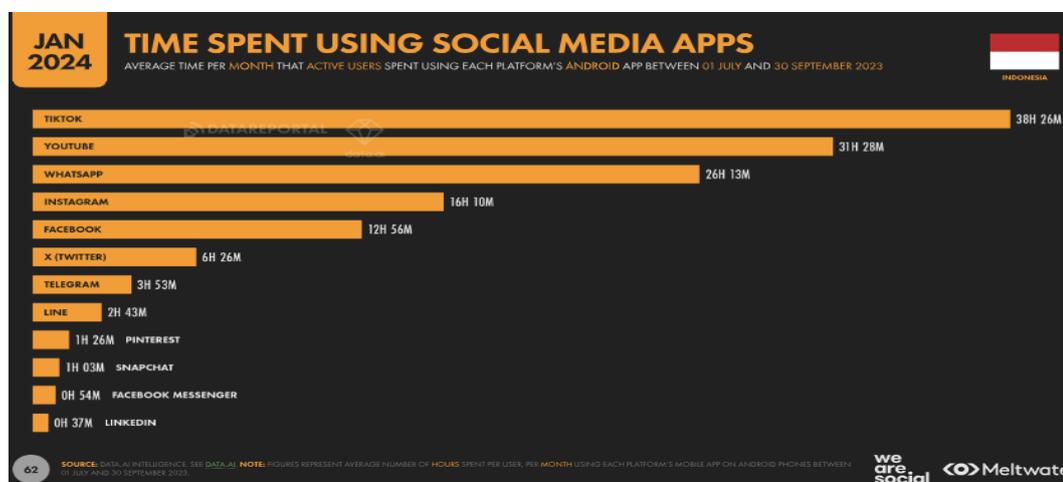
Tingkat pengungkapan digitalisasi menggunakan indikator dari penelitian (Salvi, 2021) yakni terdapat 5 kategori dengan total 23 indikator. Berdasarkan saran dari penelitian tersebut bahwa dalam mengukur tingkat pengungkapan digitalisasi tidak hanya terbatas pada situs *website* perusahaan saja tetapi Salvi juga menyarankan untuk menambah kategori baru yakni Media Sosial. Media sosial menjadi salah satu indikator yang dapat dipertimbangkan atas pengukuran tingkat pengungkapan digitalisasi, hal ini disebabkan karena media sosial pada era sekarang sangatlah diminati oleh khalayak ramai dari kalangan muda maupun kalangan dewasa.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Istiani & Islamy, 2020). Menurut Siswanto (2013) dalam (Setiadi, 2022) keberadaan media sosial dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah (*lowcost*) oleh perusahaan. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku usaha untuk menjadikan media sosial sebagai media promosi andalan dengan ditopang oleh *website*/blog perusahaan yang dapat menampilkan profil perusahaan secara lengkap.

Pada penelitian ini, peneliti akan menambahkan kategori Media Sosial sebagai kategori untuk menentukan tingkat pengungkapan digitalisasi yang diungkapkan. Indikator yang digunakan dari kategori media sosial ini yaitu berdasarkan *platform* media sosial dengan rata-rata waktu per bulan yang paling banyak dihabiskan untuk diakses di Indonesia.

Terdapat 5 *platform* media sosial dengan rata-rata waktu per bulan yang paling banyak dihabiskan untuk diakses di Indonesia selama Januari 2024 yaitu TikTok (38 jam/bulan), YouTube (31 jam/bulan), WhatsApp (26 jam/bulan), Instagram (16 jam/bulan), dan Facebook (12 jam/bulan). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelima jenis *platform* media sosial tersebut yaitu TikTok, YouTube, WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Data tersebut dapat dilihat dalam Gambar 3.1 berikut (Meltwater, 2024).

Gambar 3.1 Platform Media Sosial di Indonesia Januari 2024



Sumber: *We are Social & Meltwater, 2024*

Berdasarkan pernyataan tersebut, dalam penelitian ini tingkat pengungkapan digitalisasi di analisis atas 6 kategori dengan jumlah 28 item indikator. Kategori dan indikator tersebut dapat dilihat dalam lampiran 1.2. Indikator dari tingkat pengungkapan digitalisasi pada lampiran 1.2 tersebut akan dianalisis menggunakan teknik analisis konten (*content analysis*) dengan metode *four ways numerical coding system*.

Pengungkapan digitalisasi diberi bobot sesuai dengan proyeksinya. Kode numerik yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Ulum, 2015):

- Skor 0 = item tidak diungkapkan dalam laporan tahunan;
- Skor 1 = item diungkapkan dalam bentuk narasi (penjabaran);
- Skor 2 = item diungkapkan dalam bentuk numerik (angka);
- Skor 3 = item diungkapkan dengan nilai moneter (keuangan).

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui tingkat pengungkapan situs *website* pada perusahaan maka akan dilakukan perhitungan *scoring* atas setiap item yang diungkapkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Ulum, 2015):

$$TID = \frac{\text{Total Skor Pengungkapan}}{\text{Total Maksimal Skor}}$$

Keterangan:

- TID adalah Tingkat Pengungkapan Digitalisasi.
- Total skor pengungkapan adalah jumlah skor dari informasi yang diungkapkan dalam metode *four ways numerical coding system*.
- Total maksimal skor pengungkapan informasi digitalisasi ($3 \times 28 = 84$).

Pengungkapan tingkat pengungkapan digitalisasi memiliki indeks 0 – 3, semakin tinggi nilai indeksnya maka semakin luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin luas pengungkapan informasi digitalisasi tersebut menjelaskan bahwa informasi yang tersedia bagi investor semakin banyak, sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka di masa ini maupun yang akan datang dan akan berimplikasi pada nilai perusahaan.

3.5.1.2 *Corporate Social Responsibility* (X₂)

Variabel independen yang kedua dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan diukur menggunakan analisis konten *GRI Standards* yang terbagi menjadi 3 (tiga) dimensi yaitu 17 indikator kinerja ekonomi, 32 indikator kinerja lingkungan, dan 40 indikator kinerja sosial. Indikator *GRI Standards* dapat dilihat pada lampiran 1.3.

Indikator *GRI Standards* yang akan dianalisis yaitu mengacu pada *GRI Standards* 2021. Penilaian yang akan dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR yaitu dengan cara pemberian skor 0 – 1. Setiap item pengungkapan diberikan skor dengan ketentuan sebagai berikut (Wardoyo dkk., 2022):

Skor 0 = item tidak diungkapkan dalam laporan tahunan;

Skor 1 = item diungkapkan dalam laporan tahunan.

Teknik skor tersebut digunakan agar terdapat kelengkapan dan informasi yang komprehensif dalam *sustainability report*. Selanjutnya dilakukan perhitungan pada tingkat pengungkapan dengan rumus sebagai berikut (Wardoyo dkk., 2022):

$$I = \frac{n}{k} \times 100\%$$

Keterangan:

- I = Tingkat pengungkapan
- n = Jumlah item pengungkapan yang terpenuhi
- k = Jumlah skor item maksimum

3.5.2 Variabel Dependen (Tak bebas atau Terikat) “Y”

Variabel dependen atau variabel tak bebas adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

3.5.2.1 Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan tujuan utama para pemilik perusahaan, karena hal tersebut mencerminkan tingkat kesejahteraan pemegang saham yang juga meningkat. Nilai kekayaan yang dimiliki oleh pemegang saham maupun perusahaan tercermin melalui harga pasar saham, yang pada dasarnya merefleksikan efektivitas dari keputusan-keputusan strategis terkait investasi, pendanaan, serta pengelolaan aset perusahaan (Franita, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode perhitungan, yaitu sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) merupakan rasio yang membandingkan harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham (*earning per share*). Rasio ini mencerminkan ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa depan, di mana peningkatan PER biasanya mengindikasikan harapan akan kenaikan laba yang berkelanjutan. PER dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Pujarini, 2020):

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

2. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value (PBV) mencerminkan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap nilai buku dari saham suatu perusahaan. PBV dihitung sebagai rasio antara harga pasar saham dengan nilai bukunya. Rasio ini mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dibandingkan dengan total modal yang telah diinvestasikan. Semakin tinggi nilai PBV, maka semakin efektif perusahaan dalam menciptakan nilai bagi para pemegang saham. PBV dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Franita, 2018):

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dengan rumus, sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

3.5.3 Variabel Moderasi “Z”

Variabel moderasi adalah variabel yang berperan sebagai faktor memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu:

3.5.3.1 *Good Corporate Governance (Z)*

Good Corporate Governance (GCG) adalah prinsip pengaturan dan pengendalian manajemen perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas tata kelola, memperkuat nilai perusahaan, dan menjaga keseimbangan antara kekuasaan serta wewenang perusahaan. Praktik tata kelola ini melibatkan hubungan yang strategis antara berbagai pemangku kepentingan demi tercapainya tujuan perusahaan (Purwantoro, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan berbagai pendekatan perhitungan, yang diuraikan pada bagian berikut:

1. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial mengacu pada jumlah saham perusahaan yang secara langsung dimiliki oleh individu-individu yang berada dalam jajaran manajemen perusahaan, seperti direktur, komisaris, atau eksekutif lainnya yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Kepemilikan ini mencerminkan tingkat partisipasi manajemen dalam struktur kepemilikan perusahaan dan menjadi indikator sejauh mana manajemen memiliki insentif finansial yang selaras dengan kepentingan pemegang saham lainnya. Semakin besar proporsi saham yang dimiliki oleh manajemen, maka semakin kuat dorongan bagi mereka untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan, karena mereka secara langsung akan merasakan dampak dari setiap peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Rumus kepemilikan manajerial menurut (Endang dkk., 2014) yaitu sebagai berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham Yang Dimiliki Manajerial}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

2. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merujuk pada kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan yayasan. Institusi ini umumnya memiliki sumber daya yang memadai serta keahlian yang cukup untuk melakukan analisis mendalam terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, keberadaan pemegang saham institusional dalam struktur kepemilikan perusahaan diyakini dapat memperkuat fungsi pengawasan terhadap aktivitas manajemen. Rumus kepemilikan institusional menurut (Wardhani & Samrotun, 2020) yaitu sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Yang Dimiliki Institusi}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

3. Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan salah satu organ penting dalam struktur tata kelola perusahaan yang memiliki peran dan tanggung jawab secara kolektif dalam mengawasi jalannya perusahaan serta memberikan arahan strategis kepada direksi. Tugas utama dewan komisaris adalah memastikan bahwa manajemen perusahaan menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip *good corporate governance*, yang mencakup transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran. Meskipun memiliki fungsi pengawasan yang kuat, dewan komisaris tidak memiliki wewenang untuk terlibat langsung dalam pengambilan keputusan operasional sehari-hari perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga independensi antara fungsi pengawasan (oleh dewan komisaris) dan fungsi eksekusi (oleh direksi), sehingga tidak terjadi konflik kepentingan atau penyalahgunaan wewenang. Dalam menjalankan fungsinya, seluruh anggota dewan komisaris, termasuk komisaris utama, memiliki kedudukan yang setara. Rumus proporsi dewan komisaris independen menurut (Franita, 2018) yaitu sebagai berikut:

$$PDKI = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}}$$

4. Komite Audit

Struktur keanggotaan komite audit pada perusahaan tercatat diatur secara khusus untuk menjamin fungsi pengawasan yang efektif dan independen. Komite audit harus terdiri atas paling sedikit tiga orang anggota, dengan salah satu di antaranya bertindak sebagai ketua komite. Dari ketiga anggota tersebut, hanya satu yang diperbolehkan berasal dari jajaran komisaris, dan komisaris yang dimaksud harus merupakan komisaris independen. Komisaris independen tersebut juga ditetapkan sebagai ketua komite audit. Adapun anggota komite audit lainnya tidak diperkenankan berasal dari internal perusahaan, khususnya bukan dari kalangan komisaris atau manajemen aktif. Mereka harus merupakan pihak eksternal yang independen, yaitu individu yang tidak memiliki hubungan kepentingan finansial maupun afiliasi dengan perusahaan. Persyaratan ini dimaksudkan untuk menjaga objektivitas dan integritas dalam pelaksanaan tugas komite audit, terutama dalam menilai laporan keuangan, memantau sistem pengendalian internal, serta meninjau kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku. Formula menghitung komite audit menurut (Franita, 2018) yaitu sebagai berikut:

$$KA = \Sigma \text{Anggota Komite Audit}$$

Berdasarkan definisi operasional variabel dan pengukuran variabel di atas, maka dapat dibuat tabel ringkasan definisi operasional variabel untuk mempermudah dalam melihat gambaran masing-masing variabel, berikut penyajiannya dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Definisi Operasional 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 pengembang 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

Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Moderasi			
Tata Kelola Perusahaan (<i>Good Corporate Governance</i>) (Z)	<i>Good corporate governance</i> 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 oleh peneliti, 2024

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode dalam memproses data menjadi informasi. Teknik analisis data adalah kegiatan analisis pada suatu penelitian yang dikerjakan dengan memeriksa seluruh data dari instrumen penelitian, seperti catatan, dokumen, hasil tes, rekaman, dan lain-lain (Priadana, 2021).

Kegiatan analisis data dilakukan agar data lebih mudah dipahami, sehingga diperoleh suatu kesimpulan (Priadana, 2021). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif dan analisis PLS dengan metode PLS-SEM yang menggunakan *software* SmartPLS 4. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dilakukan ketika kita melihat performa data di masa lalu untuk memperoleh suatu kesimpulan (Priadana, 2021).

Setiap variabelnya bisa dilihat dalam bentuk nilai maksimal, nilai minimal, nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi (Sahir, 2021). *Software SmartPLS 4* dimanfaatkan sebagai alat untuk menerapkan pendekatan analisis data.

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang kuat dan sering disebut sebagai teknik *soft modeling* karena tidak memerlukan asumsi-asumsi yang digunakan dalam *Ordinary Least Square* (OLS) regresi, seperti distribusi normal multivariat dan tidak adanya multikolinearitas di antara variabel eksogen. PLS cocok untuk menguji teori atau data dengan keterbatasan, seperti ukuran sampel kecil dan masalah normalitas data (Z. Ghozali dkk., 2024).

Metode PLS juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel laten dan mengonfirmasi teori yang ada. Dalam kapasitasnya sebagai teknik prediksi, PLS mengasumsikan bahwa seluruh varians yang diukur relevan untuk dianalisis, sehingga pendekatan estimasi variabel laten dianggap sebagai kombinasi linier dari indikator yang ada, menghindari masalah ketidaktentuan faktor. PLS menerapkan algoritma literasi yang membuat persoalan identifikasi model tidak menjadi kendala pada model *recursive*. Dengan tujuan utama untuk prediksi, PLS lebih berfokus pada data dan menggunakan prosedur estimasi terbatas, sehingga masalah spesifikasi model yang keliru tidak terlalu memengaruhi hasil estimasi parameter (Dulyadi, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini akan dianalisis menggunakan *software SmartPLS 4*. Evaluasi model dalam PLS terdiri dari 2 (dua) model yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural).

3.6.2.1 Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* merupakan proses penilaian terhadap instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Evaluasi ini bertujuan untuk menentukan validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran. Berikut ini adalah standar yang diterapkan dalam mengukur validitas dan reliabilitas instrumen tersebut (Dulyadi, 2021). Beberapa analisis yang digunakan untuk untuk evaluasi *outer model* yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

a) *Convergent Validity*

Nilai *convergent validity* (validitas konvergen) dapat dievaluasi melalui nilai *loading factor* atau *outer loading* antara variabel laten dan indikator-indikatornya. Nilai ini dianggap tinggi jika korelasi menunjukkan nilai $> 0,70$ (ditandai dengan warna hijau), yang menunjukkan hubungan yang kuat dengan konstruk yang hendak diukur dan memungkinkan dilanjutkannya pengujian lainnya. Selain melalui nilai *loading factor*, validitas juga dapat ditentukan dengan mengevaluasi nilai AVE (*Average Variance Extracted*), di mana validitas tercapai jika nilai AVE $> 0,50$ (juga ditandai dengan warna hijau), memungkinkan pengujian lanjutan (Dulyadi, 2021).

b) *Discriminant Validity*

Pengujian *discriminant validity* (validitas diskriminan) dilakukan pada level indikator dan variabel. Nilai ini diperoleh melalui analisis *cross-loading factor* yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai. Caranya adalah dengan membandingkan nilai *loading* pada konstruk utama dan memastikan nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *loading* pada konstruk lainnya, nilai yang diharapkan yaitu $> 0,7$. Selain metode tersebut, validitas diskriminan pada tingkat variabel dapat diuji menggunakan *Fornell-Larcker criterion*. Pendekatan ini dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE (*Average Variance Extracted*), untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya dalam model. Uji ini, dikenal sebagai metode *Fornell dan Larcker*, memastikan bahwa nilai akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar variabel laten. (Dulyadi, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji menggunakan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Sebuah konstruk

dianggap reliabel jika nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* melebihi 0,70 (Dulyadi, 2021).

3.6.2.2 Evaluasi *Inner Model*

Evaluasi *inner model* (model struktural) dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun memiliki akurasi yang tinggi. Dalam penelitian ini, evaluasi model struktural dilakukan dengan mengukur nilai *R-square* dan *F-square*.

1. *R-square*

Koefisien determinasi (*R-square*) merupakan ukuran pada konstruk endogen yang menggambarkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Umumnya, nilai *R-square* diklasifikasikan sebagai tinggi (0,75), moderat (0,50), dan lemah (0,25). Nilai *R-square* digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Perubahan dalam nilai *R-square* juga dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel laten independen tertentu memiliki pengaruh yang substantif terhadap variabel laten dependen (I. Ghozali, 2014).

2. *Effect Size* Moderasi

Effect size moderasi dapat dilihat dari hasil tabel *F-square*, dengan ketentuan sebagai berikut (I. Ghozali, 2014):

- a) *Effect size* pengaruh langsung (*direct effect*) dinilai berdasarkan kriteria *F-square*, di mana nilai 0,02 menunjukkan efek rendah, 0,15 menunjukkan efek moderat, dan 0,35 menunjukkan efek kuat.
- b) *Effect size* moderasi diukur menggunakan *effect size F-square*, dengan kriteria evaluasi yaitu *F-square* sebesar 0,005 menunjukkan pengaruh rendah, 0,01 menunjukkan pengaruh moderat, dan 0,025 menunjukkan pengaruh yang kuat.

3.6.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dapat diidentifikasi melalui output *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pada analisis jalur ini, jika nilai koefisien jalur positif, maka pengaruhnya searah, yaitu peningkatan pada variabel independen akan menyebabkan peningkatan pada variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien jalur negatif, pengaruhnya berlawanan arah; dengan meningkatnya variabel independen, variabel dependen akan menurun. Hasil pengujian dapat dilihat melalui nilai *t-statistics* yang lebih besar dari *t-tabel* (dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05).

Berdasarkan nilai probabilitas atau signifikansi (*p-values*), jika *p-values* < 0,05 maka pengaruhnya signifikan dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika *p-values* > 0,05 maka pengaruhnya tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif hadir sebagai alat untuk menyusun dan merangkum data secara terstruktur, sehingga informasi yang kompleks dapat disajikan secara ringkas, jelas, dan mudah dimaknai. Hasil olahan statistik deskriptif dari setiap variabel yang mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi, disajikan melalui pemanfaatan *software* SmartPLS 4.

Tabel 4.1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	<i>Mean</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Standard Deviation</i>
Digitalisasi	TID	0,567	0,345	0,619	0,059
CSR	Ekonomi	0,165	0,059	0,529	0,114
	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
GCG	KM	0,061	0,000	0,399	0,099
	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: *Output* SmartPLS 4, data diolah (2025)

Pada Tabel 4.1 menyajikan data dari empat variabel yang terdiri dari 2 variabel eksogen (tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility*), 1 variabel endogen (nilai perusahaan), dan 1 variabel moderasi (*good corporate governance*) dengan total amatan sebanyak 60. Hasil analisis statistik deskriptif masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

a. Tingkat Pengungkapan Digitalisasi

Nilai minimum variabel independen (tingkat pengungkapan digitalisasi) sebesar 0,345 yang dimiliki oleh PT Quantum Clovera Investama Tbk

tahun 2021-2023, nilai maksimum sebesar 0,619 yang dimiliki oleh PT Cashlez Worldwide Indonesia Tbk tahun 2021-2023, nilai rata-rata sebesar 0,567 dengan standar deviasi sebesar 0,059. Variabel tingkat pengungkapan digitalisasi bersifat homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

b. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Penjelasan hasil analisis statistik deskriptif dari masing-masing indikator variabel CSR, yaitu sebagai berikut:

- **Ekonomi**

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator ekonomi sebesar 0,059 yang dimiliki oleh PT Quantum Clovera Investama Tbk tahun 2021, Metrodata Electronics Tbk tahun 2021, PT Digital Mediatama Maxima Tbk tahun 2021-2023, PT Solusi Sinergi Digital Tbk tahun 2021-2023, PT Trimegah Karya Pratama Tbk tahun 2021-2023, PT Global Sukses Solusi Tbk tahun 2021-2023, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk tahun 2021, PT Hensel Davest Indonesia Tbk tahun 2021, PT Galva Technologies Tbk tahun 2021-2023. Nilai maksimum sebesar 0,529 yang dimiliki oleh Elang Mahkota Teknologi Tbk tahun 2023, nilai rata-rata sebesar 0,165 dengan standar deviasi sebesar 0,114. Indikator ekonomi bersifat homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

- **Lingkungan**

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator lingkungan sebesar 0,000 yang dimiliki oleh PT Solusi Sinergi Digital Tbk tahun 2021-2022, PT Global Sukses Solusi Tbk tahun 2021-2023, PT Wira Global Solusi Tbk tahun 2021-2022, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk tahun 2021. Nilai maksimum sebesar 0,469 yang dimiliki oleh PT Anabatic Technologies Tbk

tahun 2023, nilai rata-rata sebesar 0,168 dengan standar deviasi sebesar 0,115. Indikator lingkungan bersifat homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

- Sosial

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator sosial sebesar 0,000 yang dimiliki oleh PT Wira Global Solusi Tbk tahun 2021-2023. Nilai maksimum sebesar 0,750 yang dimiliki oleh Elang Mahkota Teknologi Tbk tahun 2023, nilai rata-rata sebesar 0,228 dengan standar deviasi sebesar 0,158. Indikator sosial bersifat homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

2. Variabel Dependen

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator *Price Earning Ratio* (PER) sebesar -255,411 yang dimiliki oleh Elang Mahkota Teknologi Tbk tahun 2023, nilai maksimum sebesar 7016,129 yang dimiliki oleh PT M Cash Integrasi Tbk tahun 2023, nilai rata-rata sebesar 161,698 dengan standar deviasi sebesar 910,197. Indikator PER bersifat heterogen atau penyebaran datanya cukup bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

b. *Price Book Value* (PBV)

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator *Price Book Value* (PBV) sebesar -7,869 yang dimiliki oleh PT Envy Technologies Indonesia Tbk tahun 2022, nilai maksimum sebesar 35,828 yang dimiliki oleh PT Anabatic Technologies Tbk tahun 2021, nilai rata-rata sebesar 3,058 dengan standar deviasi sebesar 5,494. Indikator PBV bersifat heterogen atau penyebaran datanya cukup

bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

3. Variabel Moderasi

a. Kepemilikan Manajerial

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator kepemilikan manajerial sebesar 0,000 yang dimiliki oleh PT Quantum Clovera Investama Tbk tahun 2023, PT Indointernet Tbk tahun 2023, PT Multipolar Technology Tbk tahun 2021-2023, PT Kioson Komersial Indonesia Tbk tahun 2021-2023, nilai maksimum sebesar 0,399 yang dimiliki oleh Elang Mahkota Teknologi Tbk tahun 2021, nilai rata-rata sebesar 0,061 dengan standar deviasi sebesar 0,099. Indikator kepemilikan manajerial bersifat heterogen atau penyebaran datanya cukup bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

b. Kepemilikan Institusional

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator kepemilikan institusional sebesar 0,060 yang dimiliki oleh PT Envy Technologies Indonesia Tbk tahun 2021, nilai maksimum sebesar 0,926 yang dimiliki oleh PT Multipolar Technology Tbk tahun 2021-2022, nilai rata-rata sebesar 0,500 dengan standar deviasi sebesar 0,251. Indikator kepemilikan institusional bersifat homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

c. Proporsi Dewan Komisaris Independen

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator proporsi dewan komisaris independen sebesar 0,000 yang dimiliki oleh PT Quantum Clovera Investama Tbk tahun 2023, nilai maksimum sebesar 1,000 yang dimiliki oleh PT Envy Technologies Indonesia Tbk tahun 2023, PT Trimegah Karya Pratama Tbk tahun 2022-2023, nilai rata-rata sebesar 0,449 dengan standar deviasi sebesar 0,183. Indikator proporsi dewan komisaris independen bersifat

homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

d. Komite Audit

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari indikator komite audit sebesar 2,000 yang dimiliki oleh PT Cashlez Worldwide Indonesia Tbk tahun 2021-2022, nilai maksimum sebesar 5,000 yang dimiliki oleh PT Trimegah Karya Pratama Tbk tahun 2021, PT Global Sukses Solusi Tbk tahun 2021-2023, PT Wira Global Solusi Tbk tahun 2021-2023, nilai rata-rata sebesar 3,250 dengan standar deviasi sebesar 0,698. Indikator komite audit bersifat homogen atau penyebaran datanya kurang bervariasi dikarenakan memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

4.1.2 Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Dalam pendekatan *Partial Least Square* (PLS), proses evaluasi model mencakup dua komponen utama, yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural).

4.1.2.1 Evaluasi *Outer Model*

Sebelum melakukan pengujian hipotesis guna memprediksi hubungan antar variabel dalam model struktural, perlu dilakukan evaluasi terhadap *outer model* terlebih dahulu. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator yang digunakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, serta untuk menguji validitas diskriminan dalam rangka memastikan bahwa konstruk laten yang akan dianalisis telah terukur secara tepat.

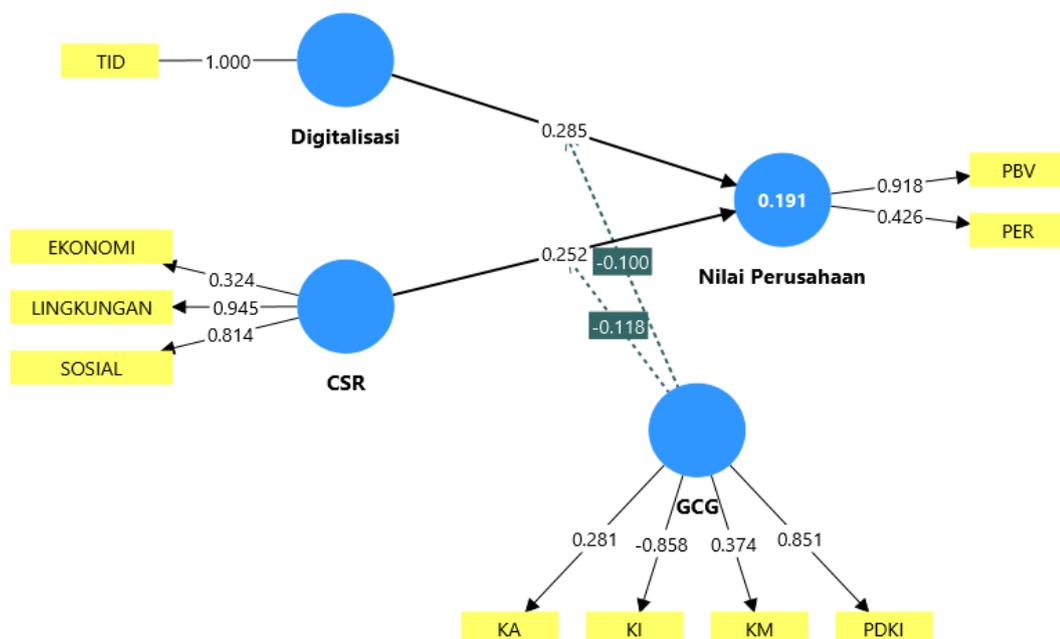
1. Uji Validitas

a. *Convergent Validity*

Untuk menguji *convergent validity* akan menggunakan dua indikator utama, yaitu nilai *outer loading* (atau *factor loading*) dan *Average Variance Extracted* (AVE). *Outer loading* merupakan ukuran statistik yang menunjukkan sejauh mana indikator-indikator yang digunakan

mampu merefleksikan konstruk yang diukur, sehingga mencerminkan validitas indikator dalam mengukur variabel laten. Dalam penelitian ini, nilai ambang *outer loading* yang digunakan adalah sebesar 0,70. Apabila terdapat indikator reflektif dengan nilai di bawah ambang tersebut, maka indikator tersebut harus dieliminasi dari model pengukuran. Suatu indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen dengan kategori baik apabila memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70.

Gambar 4.1 Model Struktural Setelah di *Run* PLS-SEM Algorithm Tahap 1



Sumber: *Output* SmartPLS 4, data diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 4.1 dan Tabel 4.2, variabel Tingkat Pengungkapan Digitalisasi tidak dikategorikan sebagai indikator reflektif. Namun demikian, nilai *loading factor* yang dimilikinya berada di atas ambang batas 0,70, yaitu sebesar 1,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tingkat Pengungkapan Digitalisasi memenuhi kriteria validitas dan karenanya tetap dipertahankan dalam model, tanpa perlu dieliminasi.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan indikator reflektif karena terdiri dari 3 indikator yaitu Ekonomi, Lingkungan, Sosial. Dari keseluruhan 3 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel CSR, sebanyak 2 indikator menunjukkan nilai *loading factor* yang melebihi ambang batas 0,70 yaitu indikator lingkungan sebesar 0,945 dan indikator sosial sebesar 0,814 sedangkan indikator ekonomi dieliminasi/dihilangkan dari variabel CSR dikarenakan memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,70 yaitu sebesar 0,324.

Variabel *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan indikator reflektif karena terdiri dari 4 indikator yaitu Kepemilikan Manajerial (KM), Kepemilikan Institusional (KI), Proporsi Dewan Komisaris Independen (PDKI), Komite Audit (KA). Dari keseluruhan 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel GCG, sebanyak 1 indikator menunjukkan nilai *loading factor* yang melebihi ambang batas 0,70 yaitu indikator PDKI sebesar 0,851 sedangkan indikator KM, KI, KA dieliminasi/dihilangkan dari variabel GCG dikarenakan memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,70 yaitu sebesar 0,374; -0,858; dan 0,281.

Variabel Nilai Perusahaan merupakan indikator reflektif karena terdiri dari 2 indikator yaitu *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV). Dari keseluruhan 2 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Nilai Perusahaan, sebanyak 1 indikator menunjukkan nilai *loading factor* yang melebihi ambang batas 0,70 yaitu indikator PBV sebesar 0,918 sedangkan indikator PER dieliminasi/dihilangkan dari variabel Nilai Perusahaan dikarenakan memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,70 yaitu sebesar 0,426.

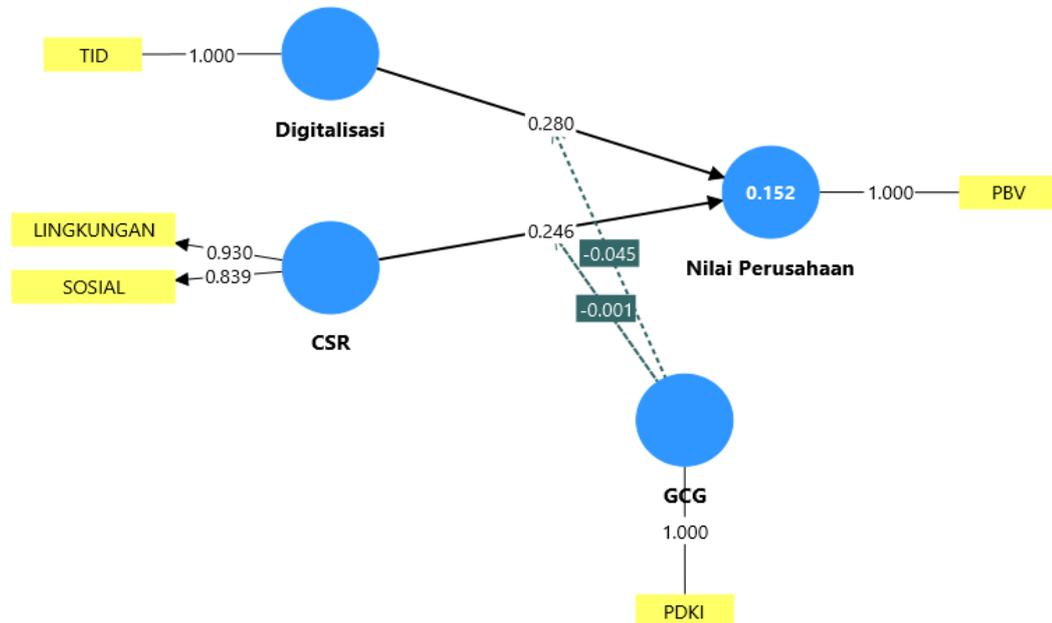
Tabel 4.2
Outer Loading

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>
Digitalisasi	TID	1,000
CSR	Ekonomi	0,324
	Lingkungan	0,945
	Sosial	0,814
Nilai Perusahaan	PER	0,426
	PBV	0,918
GCG	KM	0,374
	KI	-0,858
	PDKI	0,851
	KA	0,281
GCG x Digitalisasi → Nilai Perusahaan	Z₁	1,000
GCG x CSR → Nilai Perusahaan	Z₂	1,000

Sumber: *Output SmartPLS 4*, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.2, setiap variabel laten menunjukkan nilai *loading factor* yang bervariasi, baik di atas maupun di bawah 0,70. Indikator yang memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70 menunjukkan bahwa indikator tersebut secara signifikan merepresentasikan konstruk nilai perusahaan. Oleh karena itu, seluruh indikator dengan nilai di atas 0,70 dipertahankan dan tidak dieliminasi, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.2 di halaman berikutnya.

Gambar 4.2 Model Struktural Setelah di *Run* PLS-SEM Algorithm Tahap 2



Sumber: *Output* SmartPLS 4, data diolah (2025)

Convergent validity suatu variabel juga dapat diidentifikasi melalui pengukuran *Average Variance Extracted* (AVE). AVE merepresentasikan rata-rata proporsi varians dari masing-masing indikator yang berhasil dijelaskan oleh konstruk atau variabel yang diukur. Secara umum, AVE menunjukkan sejauh mana keseluruhan konstruk mampu menjelaskan varians indikator-indikator pengukurannya. Nilai AVE yang lebih besar dari 0,50 menunjukkan bahwa *convergent validity* telah tercapai secara memadai.

Tabel 4.3

Average Variance Extracted (AVE)

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

Sumber: *Output* SmartPLS 4, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.3, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebesar 0,785. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 78,5% varians dari indikator-indikator yang digunakan yaitu Lingkungan dan Sosial dapat dijelaskan oleh konstruk CSR. Sementara itu, variabel-variabel lainnya memiliki nilai AVE sebesar 1,000. Dengan demikian, seluruh variabel dalam model telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik, ditandai dengan nilai AVE yang melebihi ambang batas 0,50.

b. *Discriminant Validity*

Pengujian *discriminant validity* (validitas diskriminan) dilakukan pada level indikator dan variabel. Pengujian validitas diskriminan dilakukan pada level indikator maupun konstruk. Dalam penelitian ini, validitas diskriminan dievaluasi melalui dua pendekatan, yaitu *cross loadings* dan *Fornell-Larcker criterion*. Pendekatan *cross loadings* digunakan untuk menilai apakah setiap indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi terhadap konstruk yang dimaksud dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lain. Sementara itu, *Fornell-Larcker criterion* dilakukan dengan membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE masing-masing konstruk terhadap korelasi antar konstruk. Validitas diskriminan dianggap memadai apabila akar AVE lebih besar daripada korelasi antar konstruk yang relevan.

Cross loadings digunakan untuk mengevaluasi *discriminant validity* pada tingkat indikator, dengan menunjukkan korelasi antara item pengukuran dan semua konstruk. Nilai *cross loading* suatu indikator harus lebih tinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lain. Berdasarkan Tabel 4.4, seluruh indikator menunjukkan nilai *cross loading* tertinggi pada konstruk masing-masing, yang mengindikasikan *discriminant validity* yang baik.

Tabel 4.4
Cross Loading

	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: *Output SmartPLS 4, data diolah (2025)*

Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, yang membandingkan akar *Average Variance Extracted* (AVE) dengan korelasi antar variabel. Suatu model dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai akar AVE suatu variabel lebih tinggi daripada korelasinya dengan variabel lain, menunjukkan bahwa variabel tersebut lebih merepresentasikan indikatornya sendiri dibanding indikator variabel lain. Dalam hasil analisis Tabel 4.5, nilai diagonal akar AVE pada variabel CSR sebesar 0,886 lebih tinggi dibanding korelasinya dengan variabel lain, sehingga validitas diskriminan terpenuhi. Hal ini juga berlaku untuk variabel lainnya, sehingga secara keseluruhan model telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 4.5
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: *Output SmartPLS 4, data diolah (2025)*

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Sebuah konstruk dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* maupun *Composite Reliability* mencapai minimal 0,70 atau lebih. Informasi terkait reliabilitas dan validitas konstruk disajikan pada Tabel 4.6 dan 4.7 berikut ini.

Tabel 4.6

Cronbach's Alpha

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

Sumber: *Output SmartPLS 4*, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.6, seluruh variabel dalam penelitian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi. Variabel CSR memiliki nilai 0,735, sementara variabel Tingkat Pengungkapan Digitalisasi, Nilai Perusahaan, dan *Good Corporate Governance* (GCG) masing-masing bernilai 1,000. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas yang sangat baik, karena nilai *Cronbach's Alpha* melampaui batas minimum 0,70.

Tabel 4.7

Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>
CSR	0,879
Digitalisasi	1,000
Nilai Perusahaan	1,000
GCG	1,000
GCG x Digitalisasi	1,000
GCG x CSR	1,000

Sumber: *Output SmartPLS 4*, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7, seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Composite Reliability* yang tinggi, yakni 0,879 untuk CSR, 1,000 untuk Tingkat Pengungkapan Digitalisasi, Nilai Perusahaan, GCG serta variabel moderasi (GCG x Digitalisasi dan GCG x CSR). Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa semua variabel memenuhi kriteria reliabilitas, karena memiliki nilai $> 0,70$.

4.1.2.2 Evaluasi *Inner Model*

Evaluasi *inner model* (model struktural) dilakukan guna menguji dugaan adanya hubungan antar variabel dalam penelitian. Evaluasi model struktural dalam penelitian ini dilakukan dengan hasil uji koefisien determinasi (*R-square*) dan *effect size* moderasi dapat dilihat dari hasil tabel *F-square*.

1. *R-square*

Nilai statistik *R-square* merefleksikan seberapa besar proporsi variasi dari variabel endogen yang dapat diterangkan oleh kombinasi variabel eksogen maupun endogen lain dalam suatu model. Nilai interpretasi *R-square* diklasifikasikan sebagai tinggi (0,75), moderat (0,50), dan lemah (0,25) (I. Ghazali, 2014).

Tabel 4.8

Nilai *R-square* Tahap 1

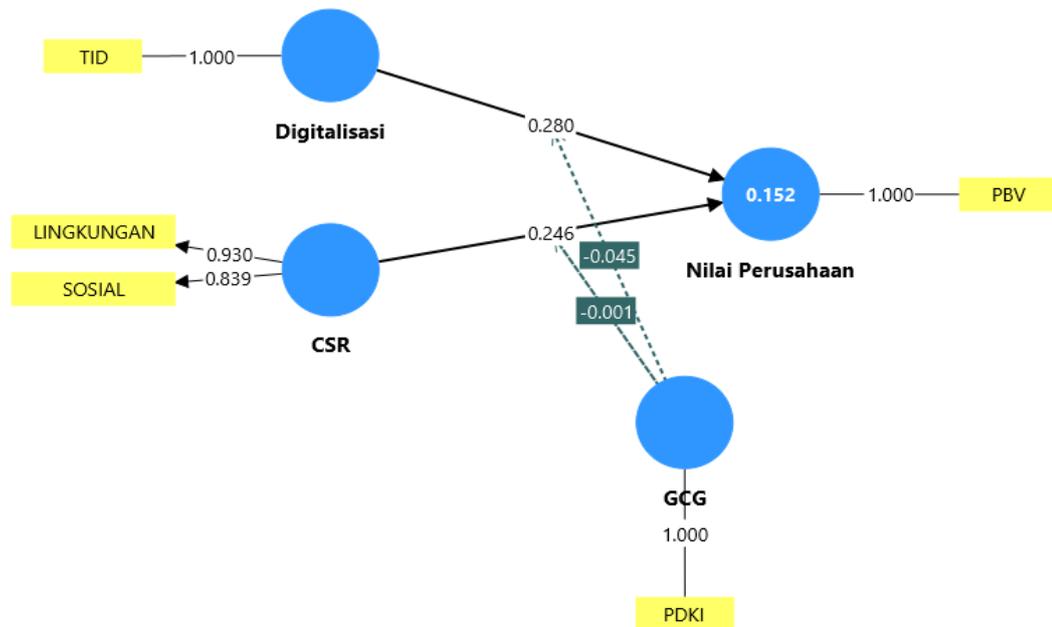
	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Nilai Perusahaan	0,191	0,116

Sumber: *Output SmartPLS 4*, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan hasil *R-square* variabel tingkat pengungkapan digitalisasi, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, dan *good corporate governance* pada *running* PLS-SEM algorithm tahap 1, menunjukkan nilai *R-square* konstruks nilai perusahaan sebesar 0,191 yang berarti 19,1% variabel Tingkat Pengungkapan Digitalisasi, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance* pada *running* PLS-SEM algorithm tahap 1 mampu dijelaskan oleh variabel nilai perusahaan sedangkan 80,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Nilai *R-square* sebesar 0,191 pada *running* PLS-SEM algorithm tahap 1 termasuk dalam kategori lemah.

Gambar 4.3 Nilai *R-Square* Akhir/Tahap 2



Sumber: *Output* SmartPLS 4, data diolah (2025)

Tabel 4.9

Nilai *R-square* Tahap 2

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

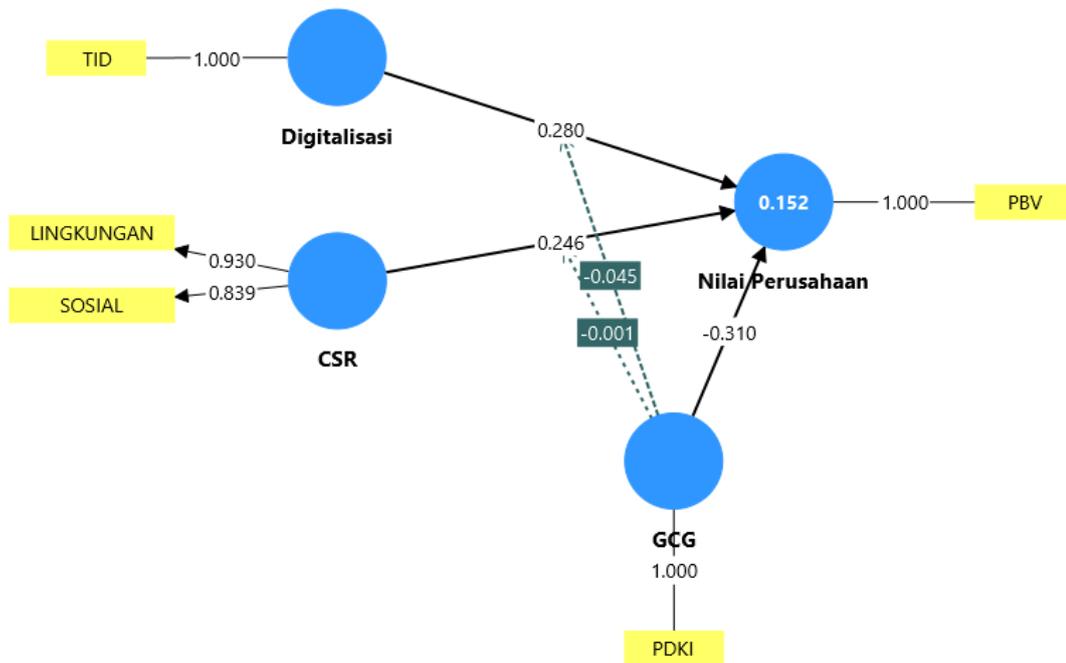
Sumber: *Output* SmartPLS 4, data diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 4.3 dan Tabel 4.9, nilai *R-square* untuk konstruk nilai perusahaan sebesar 0,152 pada *running* tahap kedua PLS-SEM algorithm menunjukkan bahwa 15,2% variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Tingkat Pengungkapan Digitalisasi, *Corporate Social Responsibility*, dan *Good Corporate Governance*, sementara sisanya (84,8%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai ini tergolong lemah dan menunjukkan penurunan dibanding tahap sebelumnya, sehingga mengindikasikan bahwa kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen masih terbatas dan struktur model belum optimal.

2. Effect Size Moderasi

Effect size moderasi dapat dilihat dari hasil tabel *F-square*, dengan ketentuan pengaruh langsung dan pengaruh moderasi.

Gambar 4.4 Inner Model pada *F-square*



Sumber: *Output SmartPLS 4, data diolah (2025)*

Tabel 4.10
Nilai *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: *Output SmartPLS 4, data diolah (2025)*

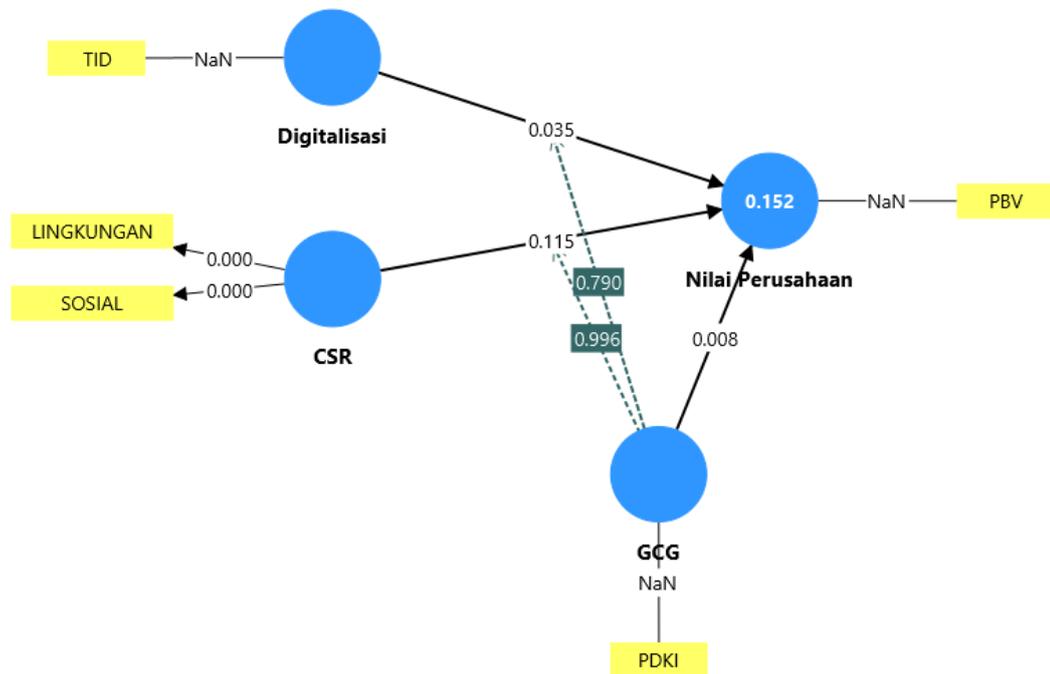
Berdasarkan Gambar 4.4 dan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa:

- 1) Tingkat pengungkapan digitalisasi mempunyai pengaruh pada level struktural terhadap nilai perusahaan pada level rendah, yaitu dengan nilai *F-square* sebesar 0,063.
- 2) *Corporate social responsibility* mempunyai pengaruh pada level struktural terhadap nilai perusahaan pada level rendah, yaitu dengan nilai *F-square* sebesar 0,051.
- 3) *Good corporate governance* mempunyai pengaruh pada level struktural terhadap nilai perusahaan pada level rendah, yaitu dengan nilai *F-square* sebesar 0,102.
- 4) Pengaruh moderasi *good corporate governance* dalam pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan pada level struktural yang tergolong rendah, yaitu dengan nilai *F-square* sebesar 0,002.
- 5) Pengaruh moderasi *good corporate governance* dalam pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada level struktural yang tergolong rendah, yaitu dengan nilai *F-square* sebesar 0,000.

4.1.3 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, proses pengujian hipotesis dijalankan dengan memanfaatkan *output* dari *path coefficients* atau koefisien jalur. *Output* ini bukan sekadar angka semata, melainkan menjadi kompas analitis yang menunjukkan sejauh mana variabel bebas (independen) memiliki daya pengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Melalui pendekatan ini, setiap hubungan kausal antara variabel diuji secara kuantitatif, memberikan gambaran seberapa kuat dan signifikan pengaruh yang terjadi di antara keduanya (I. Ghozali, 2014). Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan melalui telaah terhadap *original sample* (O), nilai *t statistics*, serta *p-values* sebagai indikator signifikansi.

Gambar 4.5 Output Bootstrapping



Sumber: Output SmartPLS 4, data diolah (2025)

Tabel 4.11

Path Coefficients

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	t-statistics	p-values	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: Output SmartPLS 4, data diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 4.5 dan Tabel 4.11 pada hasil uji *path coefficients* tersebut akan digunakan untuk pengujian hipotesis. Dapat dilihat dari hasil *path coefficients*, apabila *t-statistics* > t-tabel dengan taraf signifikansi 5% yang diperoleh nilai perhitungan t-tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$Df = n - k - 1$$

Keterangan:

- n = Jumlah data penelitian
- k = Jumlah variabel penelitian

Berdasarkan perhitungan dari rumus di atas maka didapatkan $Df = 60 - 4 - 1 = 55$. Dari perhitungan tersebut, maka nilai t-tabel sebesar 2.00404 (dapat dilihat pada lampiran 1.10). Berdasarkan nilai probabilitas atau signifikansi (*p-values*), jika *p-values* < 0,05 maka pengaruhnya signifikan dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika *p-values* > 0,05 maka pengaruhnya tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

Pada hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa nilai *original sample* (O) tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan adalah positif sebesar 0,280 dan signifikan pada 0,05 ($2,108 > 2,00404$) dan *p-value* $0,035 < 0,05$, maka tingkat pengungkapan digitalisasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan **H₁ diterima**.

Pada hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa nilai *original sample* (O) *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah positif sebesar 0,246 dan tidak signifikan pada 0,05 ($1,578 < 2,00404$) dan *p-value* $0,115 > 0,05$, maka *corporate social responsibility* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan **H₂ ditolak**.

Pada hasil hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai *original sample* (O) *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan adalah negatif sebesar 0,310 dan signifikan pada 0,05 ($2,672 > 2,00404$) dan *p-value* $0,008 < 0,05$, maka *good corporate governance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan **H₃ diterima**.

Pada hasil hipotesis keempat menunjukkan bahwa nilai *original sample* (O) *good corporate governance* dengan tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan adalah negatif sebesar 0,045 dan tidak signifikan pada 0,05 ($0,267 < 2,00404$) dan *p-value* $0,790 > 0,05$, maka *good corporate governance* tidak mampu memoderasi pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan **H₄ ditolak**.

Pada hasil hipotesis kelima menunjukkan bahwa nilai *original sample* (O) *good corporate governance* dengan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah negatif sebesar 0,001 dan tidak signifikan pada 0,05 ($0,005 < 2,00404$) dan *p-value* $0,996 > 0,05$, maka *good corporate governance* tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan **H₅ ditolak**.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji koefisien parameter antara tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya nilai *original sample* (O) yaitu positif sebesar 0,280 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara tingkat pengungkapan digitalisasi dengan nilai perusahaan adalah positif, dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,108 signifikan pada 0,05. Nilai *t-statistics* tersebut lebih besar dari 2,00404 dan *p-values* sebesar 0,035 yang lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H₁) dapat diterima.

Hasil dari pengujian hipotesis pertama (H₁) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan digitalisasi yang diukur melalui indikator terkait memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagaimana tercermin dalam rasio *Price Book Value* (PBV) selama rentang waktu 2021 hingga 2023. Pengungkapan mengenai sejauh mana perusahaan telah terdigitalisasi dapat dilihat sebagai sinyal yang signifikan yang dikomunikasikan kepada para investor. Sinyal ini, di satu

pihak, mampu membentuk pandangan investor terhadap potensi arus kas masa depan perusahaan. Di pihak lain, hal ini juga berperan dalam menurunkan persepsi risiko yang dimiliki investor, yang pada akhirnya dapat menekan biaya modal ekuitas. Kombinasi dari faktor-faktor ini menjadi landasan dalam penilaian terhadap nilai perusahaan (Salvi, 2021).

Pengungkapan digitalisasi memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan karena mayoritas perusahaan yang dijadikan sampel berasal dari sektor teknologi, di mana operasional bisnisnya sangat bergantung pada pemanfaatan teknologi dan proses digital. Hasil penelitian terhadap sampel perusahaan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan digitalisasi, semakin besar pula nilai perusahaan yang dimiliki. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat pengungkapan digitalisasi yang rendah umumnya menunjukkan nilai perusahaan yang lebih rendah pula. Hal tersebut dapat dibuktikan dari salah satu perusahaan sektor teknologi yaitu PT Digital Mediatama Maxima Tbk yang memiliki nilai pengungkapan digitalisasi sebesar 0,61 (tinggi) dan nilai perusahaan sebesar 18,61 (tinggi) pada tahun 2021. Sebaliknya, salah satu perusahaan sektor teknologi yaitu PT Quantum Clovera Investama Tbk yang memiliki nilai pengungkapan digitalisasi sebesar 0,35 (rendah) dan nilai perusahaan sebesar -0,03 (rendah) pada tahun 2022.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, 2023) yang membuktikan bahwa tingkat digitalisasi informasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Salvi, 2021) yang menunjukkan adanya hubungan positif yang mengindikasikan bahwa informasi mengenai digitalisasi berperan sebagai alat bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah & Helmy, 2023) dan (Haq, 2024) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan informasi tentang digitalisasi tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

4.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji koefisien parameter

antara CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya nilai *original sample* (O) yaitu positif sebesar 0,246 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan adalah positif, dengan nilai *t-statistics* sebesar 1,578 tidak signifikan pada 0,05. Nilai *t-statistics* tersebut lebih kecil dari 2,00404 dan *p-values* sebesar 0,115 yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) dapat ditolak.

Hasil dari pengujian hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa CSR yang diukur melalui indikator *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang terdiri dari dimensi Lingkungan dan Sosial tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagaimana tercermin dalam rasio *Price Book Value* (PBV) selama rentang waktu 2021 hingga 2023. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap perubahan dalam pengungkapan CSR tidak secara signifikan memengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Kenaikan CSR tidak selalu disertai dengan peningkatan nilai perusahaan, karena investor cenderung lebih memprioritaskan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan aspek tanggung jawab sosial.

Dampak sosial dan lingkungan dari sektor teknologi kerap kali tidak tampak secara langsung, berbeda dengan sektor industri seperti manufaktur atau pertambangan yang menunjukkan pengaruhnya secara lebih nyata. Perusahaan pengembang aplikasi, misalnya, mungkin melaksanakan program CSR dalam bentuk donasi untuk sektor pendidikan, namun produk yang mereka hasilkan umumnya tidak memiliki keterkaitan langsung dengan isu sosial atau lingkungan yang terlihat secara eksplisit. Dalam konteks ini, para investor dan pelaku pasar cenderung tidak menjadikan kegiatan CSR sebagai indikator utama dalam menilai valuasi perusahaan. Fokus utama mereka lebih diarahkan pada potensi pertumbuhan, inovasi produk, serta jumlah pengguna aktif. Oleh karena itu, aspek CSR sering kali tidak menjadi pertimbangan signifikan dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Pada penelitian ini, CSR belum dapat mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan pengungkapan CSR masih belum mencakup seluruh item dalam laporan keberlanjutan yang disusun berdasarkan standar GRI. Hal tersebut dapat

dibuktikan dari salah satu perusahaan sektor teknologi yang menjadi sampel yaitu PT Global Sukses Solusi Tbk yang tidak mengungkapkan indeks CSR sesuai dengan standar GRI terbaru dan pengungkapan yang ada kurang dari 50% selama tiga tahun berturut-turut.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada penelitian ini tidak sesuai dengan prediksi teori sinyal karena CSR yang disampaikan oleh perusahaan tidak dapat berfungsi sebagai sinyal bagi pihak eksternal. Mengacu pada teori sinyal, CSR yang tinggi mencerminkan sinyal positif terkait prospek perkembangan perusahaan di masa depan, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham sebagai cerminan dari peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kristanti, 2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rasyid dkk., 2022). Hasil penelitian yang diungkapkan tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Serly, 2024) dan (Muhlis & Gultom, 2021) yang mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

4.2.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji koefisien parameter antara GCG terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya nilai *original sample* (O) yaitu negatif sebesar 0,310 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan adalah negatif, dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,672 signifikan pada 0,05. Nilai *t-statistics* tersebut lebih besar dari 2,00404 dan *p-values* sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa GCG yang diprosikan melalui Proporsi Dewan Komisaris Independen berpengaruh signifikan namun menunjukkan arah yang negatif terhadap nilai perusahaan, sebagaimana

tercermin dalam rasio *Price Book Value* (PBV) selama rentang waktu 2021 hingga 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya pengimplementasian GCG tidak selalu berbanding lurus dengan tingginya nilai perusahaan. Sebaliknya, rendahnya pengimplementasian GCG juga tidak serta-merta diikuti oleh rendahnya nilai perusahaan. Dengan kata lain, penerapan GCG dalam perusahaan cenderung bersifat simbolis dan lebih ditujukan untuk memenuhi kewajiban formal daripada sebagai komitmen nyata terhadap prinsip-prinsip tata kelola yang baik.

Dapat dilihat pada hasil statistik deskriptif yang menyatakan bahwa PT Envy Technologies Indonesia Tbk pada tahun 2023 memiliki tingkat GCG yang tinggi, yang diprosikan melalui keberadaan komisaris independen dengan nilai sebesar 1. Secara teori, keberadaan komisaris independen dalam jumlah tinggi seharusnya memperkuat fungsi pengawasan terhadap manajemen dan meningkatkan akuntabilitas, yang pada akhirnya mendongkrak nilai perusahaan. Namun, pada kenyataannya, PT Envy Technologies Indonesia Tbk justru menunjukkan nilai perusahaan yang rendah, yakni sebesar -2,15. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan komisaris independen yang terlalu dominan tidak selalu berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Beberapa perusahaan sektor teknologi juga tidak menyelenggarakan RUPS Tahunan maupun RUPS Luar Biasa. Kondisi ini mencerminkan rendahnya pemahaman manajemen terhadap prinsip tata kelola perusahaan yang baik serta kurangnya kepatuhan terhadap regulasi otoritas. Meskipun proporsi dewan komisaris cukup besar, pelaksanaan GCG cenderung simbolik. Padahal, RUPS merupakan forum tertinggi perusahaan yang berfungsi untuk mengevaluasi kinerja dewan komisaris dan direksi serta mengambil keputusan strategis bagi masa depan perusahaan. Ketidakterlaksanaan RUPS menyebabkan pemegang saham kehilangan akses terhadap informasi penting dan tidak dapat berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Akibatnya, hal ini dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tingginya nilai GCG tidak selalu mencerminkan peningkatan nilai perusahaan jika tidak didukung dengan implementasi yang nyata.

Berdasarkan teori keagenan, GCG seharusnya berfungsi sebagai mekanisme pengawasan untuk menekan perilaku oportunistik manajemen. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan GCG justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam praktiknya, GCG hanya diterapkan secara formalitas saja sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan pada peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah sehingga dalam pengimplementasian GCG belum dilakukan secara maksimal, sehingga menciptakan inefisiensi dan menimbulkan persepsi negatif dari investor. Dengan demikian, pengaruh negatif tersebut dapat dijelaskan melalui sudut pandang biaya agensi yang meningkat serta potensi birokratisasi dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan.

Jumlah dewan komisaris independen yang besar dalam suatu perusahaan tidak selalu menjamin terciptanya pengawasan dan pengendalian manajemen yang efektif. Keberadaan mereka juga belum tentu mampu meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya. Bahkan, dalam beberapa kasus, hal ini justru dapat berdampak negatif terhadap persepsi investor dan menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Semakin besar proporsi komisaris independen, semakin rendah objektivitas keputusan yang diambil, yang dapat memengaruhi harga saham dan nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa fungsi pengawasan komisaris independen tidak optimal, sehingga gagal memantau kebijakan dan aktivitas direksi secara efektif.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herna Deswanti dkk., 2023), (Nuryono dkk., 2019), dan (Paulina dkk., 2022) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susilo dkk., 2018) yang mengungkapkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan belum menunjukkan indikator yang meyakinkan kepada para investor mengenai kondisi aktual yang sedang dihadapi.

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

Hipotesis keempat menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan. Hasil uji koefisien parameter antara tingkat pengungkapan digitalisasi dengan GCG terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya nilai *original sample* (O) yaitu negatif sebesar 0,045 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderasi adalah negatif, dengan nilai *t-statistics* sebesar 0,267 tidak signifikan pada 0,05. Nilai *t-statistics* tersebut lebih kecil dari 2,00404 dan *p-values* sebesar 0,790 yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) ditolak.

Hasil dari pengujian hipotesis keempat (H_4) menunjukkan bahwa GCG yang diprosikan melalui Proporsi Dewan Komisaris Independen sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara variabel tingkat pengungkapan digitalisasi yang menggunakan indikator digitalisasi terhadap variabel nilai perusahaan, sebagaimana tercermin dalam rasio *Price Book Value* (PBV) selama rentang waktu 2021 hingga 2023. Pengungkapan digitalisasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan ketika pengimplementasian GCG berada pada level yang tinggi. Sebaliknya, ketika pengimplementasian GCG perusahaan menurun, pengungkapan digitalisasi juga tidak menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan perusahaan pada sektor teknologi yang menjadi sampel yaitu PT Envy Technologies Indonesia Tbk yang memiliki nilai GCG sebesar 1 (tinggi) dengan diikuti oleh nilai pengungkapan digitalisasi sebesar 0,57 (tinggi) dan nilai perusahaan -2,15 (rendah) pada tahun 2023.

Temuan ini menyiratkan bahwa keberadaan GCG sebagai variabel moderasi tidak memperkuat maupun memperlemah hubungan antara tingkat pengungkapan digitalisasi dan nilai perusahaan. Dengan kata lain, implementasi GCG dalam konteks ini belum mampu mengoptimalkan dampak pengungkapan digitalisasi

terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penolakan terhadap hipotesis keempat (H_4) menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, digitalisasi yang diungkapkan oleh perusahaan tidak cukup untuk memengaruhi persepsi investor atau pemangku kepentingan terhadap nilai perusahaan, bahkan ketika kualitas tata kelola perusahaan diterapkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa upaya digitalisasi tidak hanya diungkapkan, tetapi juga diimplementasikan secara menyeluruh dan disinergikan dengan praktik tata kelola yang efektif agar dapat memberikan dampak nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian dijelaskan melalui perspektif teori sinyal (*signaling theory*), yang menyatakan bahwa perusahaan dapat mengirimkan sinyal positif kepada investor atau pemangku kepentingan melalui pengungkapan informasi yang relevan dan kredibel, seperti inovasi digital atau praktik tata kelola perusahaan yang baik. Dalam konteks ini, pengungkapan digitalisasi seharusnya berfungsi sebagai sinyal positif yang mencerminkan kesiapan perusahaan dalam menghadapi era transformasi digital, yang pada akhirnya dapat meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sinyal yang diberikan melalui pengungkapan digitalisasi tidak berhasil diterima secara positif oleh pasar atau pemangku kepentingan, meskipun GCG hadir sebagai faktor moderasi. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa kemungkinan, antara lain: kualitas pengungkapan digitalisasi yang masih rendah atau bersifat simbolis (*symbolic disclosure*), kurangnya transparansi atau kejelasan dalam isi pengungkapan, atau ketidakpastian pasar terhadap manfaat ekonomi dari inisiatif digital yang diungkapkan.

Peran moderasi GCG yang tidak signifikan dapat menunjukkan bahwa praktik tata kelola perusahaan yang baik belum cukup kuat untuk memperkuat persepsi pasar terhadap pengungkapan digitalisasi. Artinya, meskipun GCG diterapkan, jika pengungkapan digitalisasi tidak memiliki substansi yang meyakinkan atau tidak disertai dengan bukti kinerja yang mendukung, maka sinyal tersebut tidak akan efektif dalam memengaruhi nilai perusahaan.

4.2.5 *Good Corporate Governance* Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kelima menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hasil uji koefisien parameter antara CSR dengan GCG terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya nilai *original sample* (O) yaitu negatif sebesar 0,001 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderasi adalah negatif, dengan nilai *t-statistics* sebesar 0,005 tidak signifikan pada 0,05. Nilai *t-statistics* tersebut lebih kecil dari 2,00404 dan *p-values* sebesar 0,996 yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H_5) ditolak.

Hasil dari pengujian hipotesis kelima (H_5) menunjukkan bahwa GCG yang diprosikan melalui Proporsi Dewan Komisaris Independen sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara variabel CSR yang menggunakan indikator *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dengan dimensi Lingkungan dan Sosial terhadap variabel nilai perusahaan, sebagaimana tercermin dalam rasio *Price Book Value* (PBV) selama rentang waktu 2021 hingga 2023. Kondisi ini menunjukkan adanya kegagalan dalam efektivitas GCG sebagai alat kontrol dalam memastikan bahwa pelaksanaan CSR memberikan manfaat ekonomi jangka panjang yang tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Bila ditinjau melalui perspektif teori agensi, hasil penelitian ini menyoroti adanya kemungkinan konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemegang saham (prinsipal) dalam pelaksanaan CSR. Dalam konteks teori agensi, GCG seharusnya berfungsi sebagai mekanisme pengendalian yang bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi dan memastikan bahwa tindakan manajer selaras dengan kepentingan pemegang saham. Namun, fakta bahwa GCG tidak mampu memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR cenderung dilakukan hanya sebagai formalitas atau sekadar alat legitimasi sosial, bukan sebagai strategi nilai tambah yang konkret. Hal ini bisa terjadi karena kepemilikan institusional sebagai bentuk GCG tidak cukup aktif atau

tidak memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong manajemen perusahaan agar menjalankan program CSR yang benar-benar berdampak terhadap kinerja perusahaan secara finansial.

Peran moderasi GCG yang rendah dalam hubungan ini menunjukkan adanya kemungkinan bahwa para pemilik institusional tidak memiliki kontrol efektif terhadap kebijakan manajerial terkait CSR, atau mereka lebih fokus pada kepentingan jangka pendek yang berdampak langsung terhadap keuntungan finansial. Maka dari itu, untuk menjembatani kesenjangan kepentingan antara agen dan prinsipal, perlu adanya perbaikan dalam implementasi GCG yang lebih holistik dan partisipatif, serta penegasan bahwa CSR bukan hanya alat pemenuhan tanggung jawab sosial, tetapi juga strategi jangka panjang untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ajo Putri dkk., 2023) dan (Elisabet & Mulyani, 2019) yang menyatakan bahwa GCG tidak dapat memperkuat hubungan positif antara variabel CSR dan nilai perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Wijaya & Wirawati, 2019) yang mengungkapkan bahwa variabel GCG mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Tingkat Pengungkapan Digitalisasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Semakin tinggi tingkat pengungkapan digitalisasi, semakin tinggi pula nilai perusahaan, sebagaimana terlihat pada studi kasus beberapa perusahaan teknologi yang dijadikan sampel.
2. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Rendahnya kualitas dan konsistensi pengungkapan CSR menyebabkan pasar belum menganggapnya sebagai faktor relevan dalam penilaian perusahaan. Dengan demikian, CSR belum menjadi determinan utama dalam keputusan investasi oleh pemangku kepentingan.
3. *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut memperkuat pandangan bahwa penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor, memperkecil risiko manajerial, serta menciptakan transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi.
4. *Good Corporate Governance* tidak mampu memoderasi hubungan antara Tingkat Pengungkapan Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pasar belum merespons pengungkapan digitalisasi secara signifikan, meskipun perusahaan telah menerapkan praktik tata kelola yang baik.
5. *Good Corporate Governance* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Kondisi ini menggambarkan kegagalan *good corporate governance* dalam menjalankan fungsi pengawasan yang efektif untuk memastikan bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* dapat memberikan manfaat ekonomi jangka panjang yang terlihat dalam peningkatan nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian di atas, terdapat beberapa saran yang bisa disampaikan, yaitu:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian lebih lanjut dapat menguji pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan di industri lain, seperti sektor manufaktur, perbankan, atau energi. Dengan demikian, dapat diketahui apakah temuan penelitian ini bersifat umum atau hanya berlaku di sektor teknologi. Dalam penelitian selanjutnya, perlu juga dilakukan analisis yang lebih mendalam tentang bagaimana aspek-aspek GCG lainnya (misalnya, independensi dewan komisaris, pengawasan internal, dan transparansi) berinteraksi dengan pengungkapan digitalisasi dan CSR dalam mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman dan wawasan terkait pengaruh tingkat pengungkapan digitalisasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi, khususnya pada perusahaan di sektor teknologi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi perusahaan, khususnya perusahaan di sektor teknologi perlu meningkatkan pengungkapan terkait digitalisasi dan CSR dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan mereka. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.
2. Bagi investor, penting untuk memperhatikan faktor-faktor seperti tingkat pengungkapan digitalisasi dan keberlanjutan (CSR) perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berikut adalah beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Peneliti mengalami kesulitan dalam menemukan referensi terkait penelitian mengenai tingkat pengungkapan digitalisasi terhadap nilai perusahaan karena topik ini tergolong baru dan belum banyak dieksplorasi dalam studi sebelumnya.
2. Sampel dalam penelitian ini terbatas pada perusahaan yang bergerak di bidang teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- 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., & Wijyantini, B. (2021). *Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi)* (1 ed.). Insan Cendekia Mandiri.
- Asaniyah, N. (2017). Pelestarian Informasi Koleksi Langka: Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi. *Buletin Perpustakaan*, 57, 85–94.
- 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>
- Dalleh, J., Akrim, A., & Baharuddin, B. (2020). *Pengantar Teknologi Farmasi*. PT Rajagrafindo Persada. http://eprints.ulm.ac.id/9247/1/Buku_Pengantar_Teknologi_Informasi.pdf
- Dulyadi. (2021). *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- 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.
- Fajar, M. (2010). *Tanggung jawab sosial perusahaan dan penerapannya pada perusahaan di indonesia* (1 ed.). Pustaka Pelajar Yogyakarta. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/430/327>
- Fauziyyah, N. (2022). Efek Digitalisasi Terhadap Akuntansi Manajemen. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 15(Vol. 15 No. 1 (2022)), 381–390. <https://doi.org/10.35143/jakb.v15i1.5276>
- 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.
- Herna Deswanti, Muhammad Akbar, & Herdian, F. (2023). Dampak Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dalam Industri Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 5(2), 118–129. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v5i2.218.118-129>
- 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>
- Husada, A., Fita, M., Untari, A., & Tsalatsa, A. N. (2019). *Peningkatan Keterampilan Berbicara dengan Metode Bermain Peran Pada Siswa*. 3(2), 124–130.

- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- 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>
- Maydianto, M. R. R. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Point of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada CV Powershop. *Jurnal Comasie*, 04.
- Meltwater, W. A. S. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- 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.
- Nugraha, A. (2022). Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan Perbankan. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Nomor 2, hal. 154). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17841>
- Nuryono, M., Wijanti, A., & Chomsatu, Y. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Serta Kulit Audit Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 199–212. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.457>
- 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=eyJ5J5ZWFyIjoiMjAyMyIsIm1vbnRoIjoiMyIsInF1YXJ0ZXIiOiJAsInR5cGUiOiJtb250aGx5In0%3D>

- Pajung, D., & Si, M. (2022). *Digitalisasi Good Corporate Governance Bumn Guna Meningkatkan Perekonomian Nasional*.
- Paulina, P., Kintan, B., Malona, S., Yosilia, M., Pamela, M., Irfa, M., & Ridho, M. R. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Divi-den Sebagai Variabel Intervening: Studi Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 6(3), 122. <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i3.235>
- 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><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- 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.
- Rudianto, B. dkk. (2013). *CSR (Corporate Social Responsibility)* (1 ed.). Rekayasa Sains.
- Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas* (1 ed.). Erhaka Utama. [https://books.google.co.id/books?id=tijKEAAQBAJ&lpg=PA31&ots=Z0BfmQpy5O&dq=buku penelitian kuantitatif&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=buku penelitian kuantitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?id=tijKEAAQBAJ&lpg=PA31&ots=Z0BfmQpy5O&dq=buku%20penelitian%20kuantitatif&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=buku%20kuantitatif&f=false)

- 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>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). Penerbit KBM Indonesia. [https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book Metodologi Penelitian Syafrida.pdf](https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf)
- Salvi, A. et al. (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>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2* (6 ed.). Salemba Empat.
- 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>
- Setiadi, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- 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](http://repository.upi-yai.ac.id/4643/1/LENGKAP%20BUKU%20Corporate%20Social%20Responsibility%20Dipandang_compressed%20%281%29.pdf)
- 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., & Didiharyono, D. (2020). *JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Tata Kelola Perguruan Tinggi dalam Era Teknologi Informasi dan Digitalisasi*. 3(September), 203–214.
- Syofyan, E. (2021). *Good Corporate Governance (GCG)* (1 ed.). Unisma Press.
- 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., Widiasih, 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, 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.
- Wuryanta, A. E. W. (2013). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 131–142. <https://doi.org/10.24002/jik.v1i2.163>
- www.cnbcindonesia.com. (2024). *Nomor 5 di ASEAN, IHSG Dikangkangi Indeks Malaysia Hingga Vietnam*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240906091602-17-569664/nomor-5-di-asean-ihsg-dikangkangi-indeks-malaysia-hingga-vietnam>
- Yulius Jogi Christiawan, & Josua Tarigan. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 1–8. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16810>
- 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.

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Daftar Nama Sampel Perusahaan Sektor Teknologi

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ATIC	PT Anabatic Technologies Tbk
2	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk
3	KREN	PT Quantum Clovera Investama Tbk
4	MTDL	Metrodata Electronics Tbk
5	MCAS	PT M Cash Integrasi Tbk
6	DIVA	PT Distribusi Voucher Nusantara Tbk
7	ENVY	PT Envy Technologies Indonesia Tbk
8	DMMX	PT Digital Mediatama Maxima Tbk
9	CASH	PT Cashlez Worldwide Indonesia Tbk
10	WIFI	PT Solusi Sinergi Digital Tbk
11	EDGE	PT Indointernet Tbk
12	UVCR	PT Trimegah Karya Pratama Tbk
13	BUKA	PT Bukalapak.com Tbk
14	RUNS	PT Global Sukses Solusi Tbk
15	WGSB	PT Wira Global Solusi Tbk
16	MLPT	PT Multipolar Technology Tbk
17	KIOS	PT Kioson Komersial Indonesia Tbk
18	NFCX	PT NFC Indonesia Tbk
19	HDIT	PT Hensel Davest Indonesia Tbk
20	GLVA	PT Galva Technologies Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2024

Lampiran 1.2 Indikator Tingkat Pengungkapan Digitalisasi

No	Kategori	No	Indikator	Skor
1	Instrumen Digital Komunikasi	1.1	Alamat Email	0 – 3
		1.2	Area Akses Terbatas	0 – 3
		1.3	Aplikasi Web	0 – 3
		1.4	Berbagi Dokumen dan Aplikasi Cloud	0 – 3
		1.5	Pemosisian di Mesin Pencari	0 – 3
		1.6	Situs Web Versi Seluler	0 – 3
2	<i>E-Commerce</i>	2.1	Katalog Produk Online	0 – 3
		2.2	Toko Online	0 – 3
		2.3	Pembayaran Online	0 – 3
3	Manajemen Data	3.1	Kebijakan Perlindungan Data	0 – 3
		3.2	Kebijakan Privasi	0 – 3
4	Informasi Tentang Digitalisasi dan Aktivitas yang Relevan	4.1	Logistik Masuk	0 – 3
		4.2	Operasi	0 – 3
		4.3	Logistik Keluar	0 – 3
		4.4	Administrasi	0 – 3
		4.5	Pemasaran dan Penjualan	0 – 3
		4.6	Layanan Pasca Penjualan	0 – 3
5	Informasi Dalam Digitalisasi dan Kegiatan yang Relevan	5.1	Logistik Masuk	0 – 3
		5.2	Operasi	0 – 3
		5.3	Logistik Keluar	0 – 3
		5.4	Administrasi	0 – 3
		5.5	Pemasaran dan Penjualan	0 – 3
		5.6	Layanan Pasca Penjualan	0 – 3
6	<i>Platform Media Sosial</i>	6.1	WhatsApp	0 – 3
		6.2	YouTube	0 – 3
		6.3	TikTok	0 – 3
		6.4	Instagram	0 – 3
		6.5	Facebook	0 – 3
Total				0 – 84

Sumber: Data dimodifikasi kembali dari (Salvi, 2021)

Lampiran 1.3 Indikator GRI Standards

ITEM PENGUNGKAPAN	SKALA
KINERJA EKONOMI	
201-1 Nilai ekonomi langsung dihasilkan dan didistribusikan	0 – 1
201-2 Implikasi finansial dan risiko serta peluang lain akibat perubahan iklim	0 – 1
201-3 Kewajiban program imbalan pasti dan program pensiun lainnya	0 – 1
201-4 Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah	0 – 1
202-1 Rasio standar upah entry level berdasarkan gender dibandingkan dengan upah minimum lokal	0 – 1
202-2 Proporsi manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat setempat	0 – 1
203-1 Investasi infrastruktur dan layanan yang didukung	0 – 1
203-2 Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan	0 – 1
204-1 Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal	0 – 1
205-1 Operasi yang dinilai berisiko terkait korupsi	0 – 1
205-2 Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti korupsi	0 – 1
205-3 Insiden korupsi yang dikonfirmasi dan tindakan yang diambil	0 – 1
206-1 Tindakan hukum untuk perilaku antipersaingan, antitrust, dan praktik monopoli	0 – 1
207-1 Pendekatan pajak	0 – 1
207-2 Tata kelola pajak, kontrol, dan manajemen risiko	0 – 1
207-3 Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan masalah yang terkait dengan pajak	0 – 1
207-4 Pelaporan negara demi negara	0 – 1
LINGKUNGAN	
301-1 Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume	0 – 1
301-2 Bahan masukan daur ulang yang digunakan	0 – 1
301-3 Produk reklamasi dan bahan kemasannya	0 – 1
302-1 Konsumsi energi dalam organisasi	0 – 1
302-2 Konsumsi energi di luar organisasi	0 – 1
302-3 Intensitas energi	0 – 1
302-4 Pengurangan konsumsi energi	0 – 1
302-5 Pengurangan kebutuhan energi produk dan jasa	0 – 1
303-1 Interaksi dengan air sebagai sumber daya bersama	0 – 1
303-2 Pengelolaan dampak terkait pembuangan air	0 – 1
303-3 Penarikan air	0 – 1
303-4 Debit air	0 – 1

ITEM PENGUNGKAPAN	SKALA
303-5 Konsumsi air	0 – 1
304-1 Lokasi operasional yang dimiliki, disewakan, dikelola, atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung	0 – 1
304-2 Dampak signifikan dari kegiatan, produk dan jasa terhadap keanekaragaman hayati	0 – 1
304-3 Habitat dilindungi atau dipulihkan	0 – 1
304-4 Spesies Daftar Merah IUCN dan spesies daftar konservasi nasional dengan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi	0 – 1
305-1 Emisi GRK Langsung (Cakupan 1).	0 – 1
305-2 Energi emisi GRK (Cakupan 2) tidak langsung	0 – 1
305-3 Emisi GRK (Cakupan 3) tidak langsung lainnya	0 – 1
305-4 intensitas emisi GRK	0 – 1
305-5 Pengurangan emisi GRK	0 – 1
305-6 Emisi bahan perusak ozon (ODS)	0 – 1
305-7 Nitrogen oksida (NO _x), oksida belerang (SO _x), dan emisi udara signifikan lainnya	0 – 1
306-1 Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan	0 – 1
306-2 Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan	0 – 1
306-3 Tumpahan yang signifikan	0 – 1
306-4 Pengangkutan limbah berbahaya	0 – 1
306-5 Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limpahan air	0 – 1
307-1 Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan tentang lingkungan hidup	0 – 1
308-1 Pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria lingkungan	0 – 1
308-2 Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0 – 1
SOSIAL	
401-1 Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan	0 – 1
401-2 Tunjangan yang diberikan kepada karyawan tetap yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu	0 – 1
401-3 Cuti Orang Tua	0 – 1
402-1 Periode pemberitahuan minimum mengenai perubahan operasional	0 – 1
403-1 Sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja	0 – 1
403-2 Identifikasi bahaya, penilaian risiko, dan investigasi insiden	0 – 1
403-3 Pelayanan kesehatan kerja	0 – 1
403-4 Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja	0 – 1

ITEM PENGUNGKAPAN	SKALA
403-5 Pelatihan pekerja tentang kesehatan dan keselamatan kerja	0 – 1
403-6 Promosi kesehatan pekerja	0 – 1
403-7 Pencegahan dan mitigasi dampak kesehatan dan keselamatan kerja yang terkait langsung dengan hubungan bisnis	0 – 1
403-8 Pekerja dilindungi oleh sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja	0 – 1
403-9 Cedera terkait pekerjaan	0 – 1
403-10 Kesehatan buruk terkait pekerjaan	0 – 1
404-1 Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan	0 – 1
404-2 Program untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan program bantuan transisi	0 – 1
404-3 Persentase karyawan yang menerima ulasan kinerja dan pengembangan karier secara teratur	0 – 1
405-1 Keragaman badan dan karyawan tata kelola	0 – 1
405-2 Rasio gaji pokok dan remunerasi wanita dengan pria	0 – 1
406-1 Insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil	0 – 1
407-1 Operasi dan pemasok di mana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko	0 – 1
408-1 Operasi dan pemasok dengan risiko signifikan atas insiden pekerja anak	0 – 1
409-1 Operasi dan pemasok dengan risiko signifikan untuk insiden kerja paksa atau wajib	0 – 1
410-1 Personel keamanan dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia	0 – 1
411-1 Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat	0 – 1
412-1 Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak	0 – 1
412-2 Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia	0 – 1
412-3 Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia	0 – 1
413-1 Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan	0 – 1
413-2 Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal	0 – 1
414-1 Pemasok baru yang disaring menggunakan kriteria sosial	0 – 1
414-2 Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0 – 1
415-1 Kontribusi politik	0 – 1

ITEM PENGUNGKAPAN	SKALA
416-1 Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari kategori produk dan layanan	0 – 1
416-2 Insiden ketidakpatuhan terkait dampak kesehatan dan keselamatan produk dan layanan	0 – 1
417-1 Persyaratan untuk informasi dan pelabelan produk dan layanan	0 – 1
417-2 Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan layanan	0 – 1
417-3 Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran	0 – 1
418-1 Keluhan yang dibuktikan mengenai pelanggaran privasi pelanggan dan kehilangan data pelanggan	0 – 1
419-1 Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi	0 – 1
TOTAL	0 – 89

Sumber: GRI *Standards*, 2016

No	Kode	8			9			10			11			12			13			14		
		DMMX			CASH			WIFI			EDGE			UVCR			BUKA			RUNS		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
13	4.2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	4.3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	4.4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4.5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4.6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	5.1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5.2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	5.3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	5.4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	5.5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	5.6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	6.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0
25	6.2	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	6.3	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0
27	6.4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	6.5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Jumlah		51	51	51	52	52	52	50	50	51	50	50	50	52	52	52	50	50	50	49	49	49

No	Kode	15			16			17			18			19			20		
		WGSB			MLPT			KIOS			NFCX			HDIT			GLVA		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
24	6.1	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	6.2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
26	6.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	6.4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
28	6.5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Jumlah		48	48	48	51	51	51	49	49	49	46	46	46	42	42	42	49	49	49

Data Mentah Penelitian Pengungkapan Digitalisasi

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Skor Pengungkapan	TID
1	ATIC	2021	46	0,547619048
		2022	46	0,547619048
		2023	47	0,55952381
2	EMTK	2021	44	0,523809524
		2022	44	0,523809524
		2023	45	0,535714286
3	KREN	2021	29	0,345238095
		2022	29	0,345238095
		2023	29	0,345238095
4	MTDL	2021	50	0,595238095
		2022	50	0,595238095
		2023	50	0,595238095
5	MCAS	2021	47	0,55952381
		2022	51	0,607142857
		2023	51	0,607142857
6	DIVA	2021	46	0,547619048
		2022	46	0,547619048
		2023	46	0,547619048
7	ENVY	2021	48	0,571428571
		2022	48	0,571428571
		2023	48	0,571428571
8	DMMX	2021	51	0,607142857
		2022	51	0,607142857
		2023	51	0,607142857
9	CASH	2021	52	0,619047619
		2022	52	0,619047619
		2023	52	0,619047619
10	WIFI	2021	50	0,595238095
		2022	50	0,595238095
		2023	51	0,607142857
11	EDGE	2021	50	0,595238095
		2022	50	0,595238095
		2023	50	0,595238095
12	UVCR	2021	52	0,619047619
		2022	52	0,619047619
		2023	52	0,619047619
13	BUKA	2021	50	0,595238095
		2022	50	0,595238095
		2023	50	0,595238095

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Skor Pengungkapan	TID
14	RUNS	2021	49	0,583333333
		2022	49	0,583333333
		2023	49	0,583333333
15	WGSB	2021	48	0,571428571
		2022	48	0,571428571
		2023	48	0,571428571
16	MLPT	2021	51	0,607142857
		2022	51	0,607142857
		2023	51	0,607142857
17	KIOS	2021	49	0,583333333
		2022	49	0,583333333
		2023	49	0,583333333
18	NFCX	2021	46	0,547619048
		2022	46	0,547619048
		2023	46	0,547619048
19	HDIT	2021	42	0,5
		2022	42	0,5
		2023	42	0,5
20	GLVA	2021	49	0,583333333
		2022	49	0,583333333
		2023	49	0,583333333

No	Kode	1			2			3			4			5			6			7		
		ATIC			EMTK			KREN			MTDL			MCAS			DIVA			ENVY		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
23	302-3	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	302-4	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	302-5	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
26	303-1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	303-2	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	303-3	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	303-4	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	303-5	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
31	304-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	304-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0
33	304-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	304-4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	305-1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36	305-2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	305-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	305-4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
39	305-5	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
40	305-6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	305-7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	306-1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	306-2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0
44	306-3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	306-4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0

No	Kode	1			2			3			4			5			6			7		
		ATIC			EMTK			KREN			MTDL			MCAS			DIVA			ENVY		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
69	406-1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	407-1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	408-1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	409-1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	410-1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	411-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	412-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	412-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	412-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	413-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79	413-2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	414-1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81	414-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	415-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	416-1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
84	416-2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
85	417-1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
86	417-2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
87	417-3	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
88	418-1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	419-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah		33	36	40	36	38	43	30	31	31	13	33	33	24	22	22	21	21	21	9	9	9

No	Kode	8			9			10			11			12			13			14		
		DMMX			CASH			WIFI			EDGE			UVCR			BUKA			RUNS		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
69	406-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	407-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	408-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	409-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	410-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	411-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	412-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	412-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	412-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	413-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79	413-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	414-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81	414-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	415-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	416-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
84	416-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
85	417-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
86	417-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
87	417-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
88	418-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
89	419-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah		10	10	10	13	13	13	4	4	12	13	14	14	14	14	15	18	22	22	4	4	4

No	Kode	15			16			17			18			19			20		
		WGSB			MLPT			KIOS			NFCX			HDIT			GLVA		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
23	302-3	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
24	302-4	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
25	302-5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	303-1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	303-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
28	303-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	303-4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	303-5	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
31	304-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	304-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	304-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	304-4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	305-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
36	305-2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1
37	305-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	305-4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
39	305-5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
40	305-6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	305-7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	306-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	306-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1
44	306-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	306-4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0

No	Kode	15			16			17			18			19			20		
		WGSB			MLPT			KIOS			NFCX			HDIT			GLVA		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
46	306-5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
47	307-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
48	308-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
49	308-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
50	401-1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
51	401-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
52	401-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	
53	402-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
54	403-1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	
55	403-2	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
56	403-3	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	
57	403-4	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	
58	403-5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
59	403-6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
60	403-7	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
61	403-8	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	
62	403-9	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
63	403-10	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
64	404-1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
65	404-2	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	
66	404-3	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
67	405-1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	
68	405-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	

No	Kode	15			16			17			18			19			20		
		WGSB			MLPT			KIOS			NFCX			HDIT			GLVA		
		2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
69	406-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
70	407-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
71	408-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	409-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	410-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	411-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	412-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	412-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	412-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	413-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
79	413-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	414-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
81	414-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	415-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	416-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
84	416-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
85	417-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
86	417-2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
87	417-3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
88	418-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89	419-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Jumlah		4	4	9	13	14	20	4	11	11	15	15	15	22	16	16	16	16	15

Data Mentah Penelitian *Corporate Social Responsibility*

Kode Perusahaan	Tahun	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	\bar{x} Ekonomi	\bar{x} Lingkungan	\bar{x} Sosial
ATIC	2021	6	10	17	0,352941176	0,3125	0,425
	2022	6	13	17	0,352941176	0,40625	0,425
	2023	6	15	19	0,352941176	0,46875	0,475
EMTK	2021	5	14	17	0,294117647	0,4375	0,425
	2022	8	3	27	0,470588235	0,09375	0,675
	2023	9	4	30	0,529411765	0,125	0,75
KREN	2021	1	12	17	0,058823529	0,375	0,425
	2022	2	12	17	0,117647059	0,375	0,425
	2023	2	12	17	0,117647059	0,375	0,425
MTDL	2021	1	4	8	0,058823529	0,125	0,2
	2022	6	8	19	0,352941176	0,25	0,475
	2023	6	8	19	0,352941176	0,25	0,475
MCAS	2021	2	10	12	0,117647059	0,3125	0,3
	2022	2	8	12	0,117647059	0,25	0,3
	2023	2	8	12	0,117647059	0,25	0,3
DIVA	2021	2	7	12	0,117647059	0,21875	0,3
	2022	2	7	12	0,117647059	0,21875	0,3
	2023	2	7	12	0,117647059	0,21875	0,3
ENVY	2021	5	2	2	0,294117647	0,0625	0,05
	2022	5	2	2	0,294117647	0,0625	0,05
	2023	5	2	2	0,294117647	0,0625	0,05
DMMX	2021	1	4	5	0,058823529	0,125	0,125

Kode Perusahaan	Tahun	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	\bar{x} Ekonomi	\bar{x} Lingkungan	\bar{x} Sosial
	2022	1	4	5	0,058823529	0,125	0,125
	2023	1	4	5	0,058823529	0,125	0,125
CASH	2021	2	5	6	0,117647059	0,15625	0,15
	2022	2	5	6	0,117647059	0,15625	0,15
	2023	2	5	6	0,117647059	0,15625	0,15
WIFI	2021	1	0	3	0,058823529	0	0,075
	2022	1	0	3	0,058823529	0	0,075
	2023	1	4	7	0,058823529	0,125	0,175
EDGE	2021	2	4	7	0,117647059	0,125	0,175
	2022	3	4	7	0,176470588	0,125	0,175
	2023	3	4	7	0,176470588	0,125	0,175
UVCR	2021	1	4	9	0,058823529	0,125	0,225
	2022	1	4	9	0,058823529	0,125	0,225
	2023	1	5	9	0,058823529	0,15625	0,225
BUKA	2021	3	7	8	0,176470588	0,21875	0,2
	2022	4	9	9	0,235294118	0,28125	0,225
	2023	4	9	9	0,235294118	0,28125	0,225
RUNS	2021	1	0	3	0,058823529	0	0,075
	2022	1	0	3	0,058823529	0	0,075
	2023	1	0	3	0,058823529	0	0,075
WGSB	2021	4	0	0	0,235294118	0	0
	2022	4	0	0	0,235294118	0	0
	2023	4	5	0	0,235294118	0,15625	0

Kode Perusahaan	Tahun	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	\bar{x} Ekonomi	\bar{x} Lingkungan	\bar{x} Sosial
MLPT	2021	2	3	8	0,117647059	0,09375	0,2
	2022	2	3	9	0,117647059	0,09375	0,225
	2023	3	4	13	0,176470588	0,125	0,325
KIOS	2021	1	0	3	0,058823529	0	0,075
	2022	3	3	5	0,176470588	0,09375	0,125
	2023	3	3	5	0,176470588	0,09375	0,125
NFCX	2021	2	7	6	0,117647059	0,21875	0,15
	2022	2	7	6	0,117647059	0,21875	0,15
	2023	2	7	6	0,117647059	0,21875	0,15
HDIT	2021	1	2	19	0,058823529	0,0625	0,475
	2022	5	4	7	0,294117647	0,125	0,175
	2023	5	4	7	0,294117647	0,125	0,175
GLVA	2021	1	7	8	0,058823529	0,21875	0,2
	2022	1	7	8	0,058823529	0,21875	0,2
	2023	1	7	7	0,058823529	0,21875	0,175

Lampiran 1.6 Data Mentah Penelitian Nilai Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Tutup Saham	Laba Per Lembar Saham	Jumlah Saham	Total Ekuitas
1	ATIC	2021	Rp 800	-Rp 119,03	2.315.361.355	Rp 51.699.591.997
		2022	Rp 392	Rp 29,71	2.315.361.355	Rp 161.752.569.294
		2023	Rp 500	Rp 101,56	2.315.361.355	Rp 393.356.223.636
2	EMTK	2021	Rp 2.280	Rp 96,06	61.241.751.483	Rp 33.669.866.284.000
		2022	Rp 1.030	Rp 89,39	61.241.751.483	Rp 39.896.588.483.000
		2023	Rp 590	-Rp 2,31	61.316.751.483	Rp 42.891.250.530.000
3	KREN	2021	Rp 96	-Rp 25,21	18.208.470.100	Rp 2.486.913.145.563
		2022	Rp 50	-Rp 5,43	18.208.470.100	Rp 2.242.033.671.531
		2023	Rp 50	-Rp 3,06	18.208.470.100	Rp 2.079.671.616.164
4	MTDL	2021	Rp 764	Rp 41,00	2.455.376.917	Rp 3.922.653.000.000
		2022	Rp 580	Rp 47,00	12.276.884.585	Rp 4.416.863.000.000
		2023	Rp 535	Rp 53,00	12.276.884.585	Rp 5.038.136.000.000
5	MCAS	2021	Rp 9.525	Rp 73,00	867.933.300	Rp 1.517.016.987.531
		2022	Rp 8.025	Rp 28,59	867.933.300	Rp 1.294.390.152.940
		2023	Rp 4.350	Rp 0,62	867.933.300	Rp 1.169.942.777.160
6	DIVA	2021	Rp 2.150	Rp 890,94	1.428.571.400	Rp 2.148.467.671.341
		2022	Rp 945	Rp 3,03	1.428.571.400	Rp 2.149.664.222.842
		2023	Rp 238	-Rp 912,65	1.428.571.400	Rp 876.403.744.877
7	ENVY	2021	Rp 50	-Rp 139,80	1.800.000.000	Rp 22.727.011.439
		2022	Rp 50	-Rp 18,75	1.800.000.000	-Rp 11.437.617.088
		2023	Rp 50	-Rp 17,15	1.800.000.000	-Rp 41.915.460.777
8	DMMX	2021	Rp 2.720	Rp 32,97	7.692.307.700	Rp 951.341.972.088

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Tutup Saham	Laba Per Lembar Saham	Jumlah Saham	Total Ekuitas
		2022	Rp 990	Rp 0,77	7.692.307.700	Rp 944.568.190.409
		2023	Rp 314	-Rp 36,33	7.692.307.700	Rp 673.785.130.686
9	CASH	2021	Rp 270	-Rp 7,20	1.431.125.517	Rp 105.144.446.780
		2022	Rp 136	-Rp 7,01	1.431.125.517	Rp 184.548.208.427
		2023	Rp 110	-Rp 19,78	1.431.125.517	Rp 154.898.771.661
10	WIFI	2021	Rp 545	Rp 13,14	2.050.292.286	Rp 515.955.398.906
		2022	Rp 130	Rp 28,29	2.255.321.287	Rp 612.726.998.072
		2023	Rp 154	Rp 25,96	2.255.321.287	Rp 742.645.974.247
11	EDGE	2021	Rp 4.680	Rp 311,00	404.050.000	Rp 1.032.047.000.000
		2022	Rp 4.000	Rp 92,00	404.050.000	Rp 1.211.430.000.000
		2023	Rp 5.050	Rp 125,00	2.020.250.000	Rp 1.471.341.000.000
12	UVCR	2021	Rp 450	Rp 7,30	7.109.300.000	Rp 877.171.471.000
		2022	Rp 122	Rp 24,97	7.109.300.000	Rp 1.055.773.919.000
		2023	Rp 131	Rp 22,85	7.109.300.000	Rp 1.217.837.070.000
13	BUKA	2021	Rp 430	-Rp 16,00	103.062.019.354	Rp 23.495.618.749.000
		2022	Rp 262	Rp 19,25	103.066.477.454	Rp 26.498.483.457.000
		2023	Rp 216	-Rp 13,24	103.099.967.067	Rp 25.332.748.116.000
14	RUNS	2021	Rp 276	-Rp 12,86	983.557.875	Rp 67.702.043.645
		2022	Rp 157	Rp 3,47	983.557.875	Rp 74.672.472.541
		2023	Rp 48	-Rp 8,08	983.557.875	Rp 69.126.148.491
15	WGSB	2021	Rp 182	Rp 5,95	1.042.500.000	Rp 52.019.272.976
		2022	Rp 145	Rp 4,57	1.042.500.000	Rp 55.731.741.666
		2023	Rp 93	Rp 4,27	1.042.500.000	Rp 561.119.252.225

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Tutup Saham	Laba Per Lembar Saham	Jumlah Saham	Total Ekuitas
16	MLPT	2021	Rp 3.510	Rp 138,00	1.875.000.000	Rp 958.856.000.000
		2022	Rp 2.030	Rp 298,00	1.875.000.000	Rp 824.423.000.000
		2023	Rp 1.570	Rp 120,00	1.875.000.000	Rp 713.749.000.000
17	KIOS	2021	Rp 403	Rp 3,48	717.239.900	Rp 61.626.292.295
		2022	Rp 175	Rp 0,87	1.075.859.850	Rp 168.869.547.568
		2023	Rp 51	-Rp 15,94	1.075.862.550	Rp 151.672.137.710
18	NFCX	2021	Rp 8.950	Rp 244,68	666.667.500	Rp 1.387.195.795.764
		2022	Rp 8.000	Rp 35,47	666.667.500	Rp 1.373.523.298.638
		2023	Rp 4.050	-Rp 418,52	666.667.500	Rp 892.017.506.507
19	HDIT	2021	Rp 340	-Rp 4,74	1.524.680.000	Rp 353.647.016.293
		2022	Rp 54	-Rp 15,00	1.524.680.000	Rp 330.707.993.299
		2023	Rp 50	-Rp 27,65	1.524.680.000	Rp 288.726.952.606
20	GLVA	2021	Rp 290	Rp 26,46	1.500.000.000	Rp 229.749.000.000
		2022	Rp 645	Rp 52,87	1.500.000.000	Rp 338.095.000.000
		2023	Rp 650	Rp 48,76	1.500.000.000	Rp 392.433.000.000

Data Mentah Penelitian Nilai Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Tahun	PER	PBV
1	ATIC	2021	-6,720994707	35,8279246
		2022	13,1942107	5,61117301
		2023	4,923198109	2,943084685
2	EMTK	2021	23,73516552	4,14706706
		2022	11,52254167	1,581062603
		2023	-255,4112554	0,843456018
3	KREN	2021	-3,808012693	0,702884672
		2022	-9,208103131	0,406070398
		2023	-16,33986928	0,437772722
4	MTDL	2021	18,63414634	0,478224295
		2022	12,34042553	1,612138085
		2023	10,09433962	1,303683198
5	MCAS	2021	130,4794521	5,449553136
		2022	280,6925498	5,381039648
		2023	7016,129032	3,227089332
6	DIVA	2021	2,413181583	1,429590285
		2022	311,8811881	0,628005043
		2023	-0,26077905	0,387949042
7	ENVY	2021	-0,357653791	3,960045527
		2022	-2,666666667	-7,868771905
		2023	-2,915451895	-2,147179068
8	DMMX	2021	82,49924173	21,99322384
		2022	1285,714286	8,062292061
		2023	-8,64299477	3,584799527
9	CASH	2021	-37,5	3,674981432
		2022	-19,40085592	1,054646219
		2023	-5,561172902	1,016301196
10	WIFI	2021	41,47640791	2,165709087
		2022	4,595263344	0,478503099
		2023	5,93220339	0,467678396
11	EDGE	2021	15,04823151	1,832236323
		2022	43,47826087	1,334125785
		2023	40,4	6,93398913
12	UVCR	2021	61,64383562	3,64716034
		2022	4,885863036	0,821515463
		2023	5,733041575	0,764731443
13	BUKA	2021	-26,875	1,886167323
		2022	13,61038961	1,01905519
		2023	-16,3141994	0,879083185

No	Kode Perusahaan	Tahun	PER	PBV
14	RUNS	2021	-21,46189736	4,009657004
		2022	45,24495677	2,06794527
		2023	-5,940594059	0,68296555
15	WGSB	2021	30,58823529	3,64739815
		2022	31,72866521	2,712323274
		2023	21,77985948	0,172784127
16	MLPT	2021	25,43478261	6,86364793
		2022	6,812080537	4,616865371
		2023	13,08333333	4,124349036
17	KIOS	2021	115,8132184	4,690679678
		2022	201,1494253	1,114916671
		2023	-3,199498118	0,361760511
18	NFCX	2021	36,5783881	4,301248709
		2022	225,5427122	3,882962892
		2023	-9,676956896	3,026850208
19	HDIT	2021	-71,72995781	1,465843556
		2022	-3,6	0,248958966
		2023	-1,808318264	0,264034928
20	GLVA	2021	10,95993953	1,893370591
		2022	12,1997352	2,861621734
		2023	13,33059885	2,484500539

Lampiran 1.7 Data Mentah Penelitian *Good Corporate Governance*

No	Kode Perusahaan	Tahun	KI	KM	KA	PDKI
1	ATIC	2021	0,71178232	0,02569676	3	0,333333333
		2022	0,71178232	0,02569676	3	0,333333333
		2023	0,71178232	0,025887832	3	0,333333333
2	EMTK	2021	0,239220713	0,399397958	3	0,4
		2022	0,236728687	0,336249961	3	0,6
		2023	0,236439131	0,337802999	3	0,6
3	KREN	2021	0,299743339	0,135840734	3	0,5
		2022	0,28332241	0,086435631	3	0,5
		2023	0,28332241	0	3	0
4	MTDL	2021	0,41536384	0,003722796	3	0,333333333
		2022	0,417218366	0,003722796	3	0,333333333
		2023	0,418179522	0,00373363	3	0,333333333
5	MCAS	2021	0,460653486	0,10271711	3	0,333333333
		2022	0,513944908	0,085838624	3	0,333333333
		2023	0,427782411	0,092824068	3	0,333333333
6	DIVA	2021	0,699784672	0,083306022	3	0,4
		2022	0,699874342	0,086013762	3	0,4
		2023	0,722217314	0,086013762	3	0,4
7	ENVY	2021	0,060087222	0,002106544	3	0,6
		2022	0,132505056	0,002106544	3	0,8
		2023	0,132505056	0,002106544	4	1
8	DMMX	2021	0,65296903	0,005885308	3	0,333333333
		2022	0,702692561	0,019626646	3	0,333333333

No	Kode Perusahaan	Tahun	KI	KM	KA	PDKI
		2023	0,694415123	0,031040724	3	0,333333333
9	CASH	2021	0,082313216	0,026521439	2	0,666666667
		2022	0,082313216	0,003905807	2	0,666666667
		2023	0,082313216	0,009381916	3	0,666666667
		2021	0,87284719	0,00078778	3	0,4
10	WIFI	2022	0,508221869	0,000716164	3	0,333333333
		2023	0,508221869	0,000716164	3	0,5
		2021	0,666000742	0,165568865	3	0,333333333
11	EDGE	2022	0,591000619	0,165568865	3	0,333333333
		2023	0,921000619	0	3	0,333333333
		2021	0,58514903	0,008829941	5	0,666666667
12	UVCN	2022	0,082989886	0,060389771	4	1
		2023	0,082989886	0,081139353	4	1
		2021	0,464247575	0,024788368	3	0,5
13	BUKA	2022	0,471255019	0,023829746	3	0,666666667
		2023	0,471101943	0,023822006	3	0,666666667
		2021	0,164461979	0,303042081	5	0,4
14	RUNS	2022	0,164461979	0,303042081	5	0,4
		2023	0,164461979	0,303042081	5	0,4
		2021	0,781330935	0,018669065	5	0,333333333
15	WGSN	2022	0,840913861	0,020216211	5	0,4
		2023	0,829355971	0,048475204	5	0,4
		2021	0,925861067	0	3	0,333333333
16	MLPT	2022	0,925861067	0	3	0,333333333

No	Kode Perusahaan	Tahun	KI	KM	KA	PDKI
		2023	0,869466667	0	3	0,5
17	KIOS	2021	0,488400046	0	3	0,333333333
		2022	0,403091103	0	3	0,333333333
		2023	0,403090092	0	3	0,333333333
		2021	0,652683384	0,001499998	3	0,333333333
18	NFCX	2022	0,604336195	0,001499998	3	0,333333333
		2023	0,670134512	0,001559998	3	0,333333333
		2021	0,742778813	6,55875E-06	3	0,333333333
19	HDIT	2022	0,538998347	0,000957053	3	0,333333333
		2023	0,522522365	0,000957053	3	0,333333333
		2021	0,654855867	0,022434133	3	0,5
20	GLVA	2022	0,654855867	0,024118067	3	0,5
		2023	0,654855867	0,024518467	3	0,5

Lampiran 1.8 Tabulasi Data Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Tahun	Variabel Independen				Variabel Dependen		Variabel Moderasi			
			Digitalisasi	CSR			Nilai Perusahaan		GCG			
			TID	\bar{x} Ekonomi	\bar{x} Lingkungan	\bar{x} Sosial	PER	PBV	KI	KM	KA	PDKI
1	ATIC	2021	0,547619048	0,352941176	0,3125	0,425	-6,720994707	35,8279246	0,71178232	0,02569676	3	0,333333333
		2022	0,547619048	0,352941176	0,40625	0,425	13,1942107	5,61117301	0,71178232	0,02569676	3	0,333333333
		2023	0,55952381	0,352941176	0,46875	0,475	4,923198109	2,943084685	0,71178232	0,025887832	3	0,333333333
2	EMTK	2021	0,523809524	0,294117647	0,4375	0,425	23,73516552	4,14706706	0,239220713	0,399397958	3	0,4
		2022	0,523809524	0,470588235	0,09375	0,675	11,52254167	1,581062603	0,236728687	0,336249961	3	0,6
		2023	0,535714286	0,529411765	0,125	0,75	-255,4112554	0,843456018	0,236439131	0,337802999	3	0,6
3	KREN	2021	0,345238095	0,058823529	0,375	0,425	-3,808012693	0,702884672	0,299743339	0,135840734	3	0,5
		2022	0,345238095	0,117647059	0,375	0,425	-9,208103131	0,406070398	0,28332241	0,086435631	3	0,5
		2023	0,345238095	0,117647059	0,375	0,425	-16,33986928	0,437772722	0,28332241	0	3	0
4	MTDL	2021	0,595238095	0,058823529	0,125	0,2	18,63414634	0,478224295	0,41536384	0,003722796	3	0,333333333
		2022	0,595238095	0,352941176	0,25	0,475	12,34042553	1,612138085	0,417218366	0,003722796	3	0,333333333
		2023	0,595238095	0,352941176	0,25	0,475	10,09433962	1,303683198	0,418179522	0,003733363	3	0,333333333
5	MCAS	2021	0,55952381	0,117647059	0,3125	0,3	130,4794521	5,449553136	0,460653486	0,10271711	3	0,333333333
		2022	0,607142857	0,117647059	0,25	0,3	280,6925498	5,381039648	0,513944908	0,085838624	3	0,333333333
		2023	0,607142857	0,117647059	0,25	0,3	7016,129032	3,227089332	0,427782411	0,092824068	3	0,333333333
6	DIVA	2021	0,547619048	0,117647059	0,21875	0,3	2,413181583	1,429590285	0,699784672	0,083306022	3	0,4
		2022	0,547619048	0,117647059	0,21875	0,3	311,8811881	0,628005043	0,699874342	0,086013762	3	0,4
		2023	0,547619048	0,117647059	0,21875	0,3	-0,26077905	0,387949042	0,722217314	0,086013762	3	0,4
7	ENVY	2021	0,571428571	0,294117647	0,0625	0,05	-0,357653791	3,960045527	0,060087222	0,002106544	3	0,6
		2022	0,571428571	0,294117647	0,0625	0,05	-2,666666667	-7,868771905	0,132505056	0,002106544	3	0,8

No	Kode Perusahaan	Tahun	Variabel Independen				Variabel Dependen		Variabel Moderasi			
			Digitalisasi	CSR			Nilai Perusahaan		GCG			
			TID	\bar{x} Ekonomi	\bar{x} Lingkungan	\bar{x} Sosial	PER	PBV	KI	KM	KA	PDKI
		2023	0,571428571	0,294117647	0,0625	0,05	-2,915451895	-2,147179068	0,132505056	0,002106544	4	1
8	DMMX	2021	0,607142857	0,058823529	0,125	0,125	82,49924173	21,99322384	0,65296903	0,005885308	3	0,333333333
		2022	0,607142857	0,058823529	0,125	0,125	1285,714286	8,062292061	0,702692561	0,019626646	3	0,333333333
		2023	0,607142857	0,058823529	0,125	0,125	-8,64299477	3,584799527	0,694415123	0,031040724	3	0,333333333
9	CASH	2021	0,619047619	0,117647059	0,15625	0,15	-37,5	3,674981432	0,082313216	0,026521439	2	0,666666667
		2022	0,619047619	0,117647059	0,15625	0,15	-19,40085592	1,054646219	0,082313216	0,003905807	2	0,666666667
		2023	0,619047619	0,117647059	0,15625	0,15	-5,561172902	1,016301196	0,082313216	0,009381916	3	0,666666667
10	WIFI	2021	0,595238095	0,058823529	0	0,075	41,47640791	2,165709087	0,87284719	0,00078778	3	0,4
		2022	0,595238095	0,058823529	0	0,075	4,595263344	0,478503099	0,508221869	0,000716164	3	0,333333333
		2023	0,607142857	0,058823529	0,125	0,175	5,93220339	0,467678396	0,508221869	0,000716164	3	0,5
11	EDGE	2021	0,595238095	0,117647059	0,125	0,175	15,04823151	1,832236323	0,666000742	0,165568865	3	0,333333333
		2022	0,595238095	0,176470588	0,125	0,175	43,47826087	1,334125785	0,591000619	0,165568865	3	0,333333333
		2023	0,595238095	0,176470588	0,125	0,175	40,4	6,93398913	0,921000619	0	3	0,333333333
12	UVCN	2021	0,619047619	0,058823529	0,125	0,225	61,64383562	3,64716034	0,58514903	0,008829941	5	0,666666667
		2022	0,619047619	0,058823529	0,125	0,225	4,885863036	0,821515463	0,082989886	0,060389771	4	1
		2023	0,619047619	0,058823529	0,15625	0,225	5,733041575	0,764731443	0,082989886	0,081139353	4	1
13	BUKA	2021	0,595238095	0,176470588	0,21875	0,2	-26,875	1,886167323	0,464247575	0,024788368	3	0,5
		2022	0,595238095	0,235294118	0,28125	0,225	13,61038961	1,01905519	0,471255019	0,023829746	3	0,666666667
		2023	0,595238095	0,235294118	0,28125	0,225	-16,3141994	0,879083185	0,471101943	0,023822006	3	0,666666667
14	RUNS	2021	0,583333333	0,058823529	0	0,075	-21,46189736	4,009657004	0,164461979	0,303042081	5	0,4
		2022	0,583333333	0,058823529	0	0,075	45,24495677	2,06794527	0,164461979	0,303042081	5	0,4

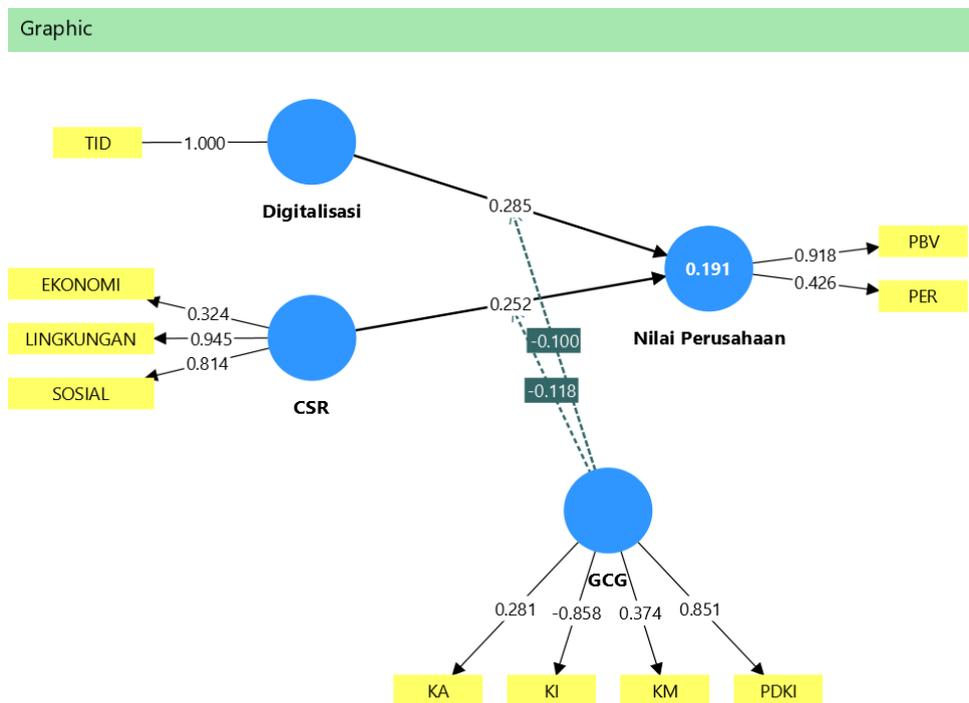
No	Kode Perusahaan	Tahun	Variabel Independen				Variabel Dependen		Variabel Moderasi			
			Digitalisasi	CSR			Nilai Perusahaan		GCG			
			TID	\bar{x} Ekonomi	\bar{x} Lingkungan	\bar{x} Sosial	PER	PBV	KI	KM	KA	PDKI
		2023	0,583333333	0,058823529	0	0,075	-5,940594059	0,68296555	0,164461979	0,303042081	5	0,4
15	WGSB	2021	0,571428571	0,235294118	0	0	30,58823529	3,64739815	0,781330935	0,018669065	5	0,333333333
		2022	0,571428571	0,235294118	0	0	31,72866521	2,712323274	0,840913861	0,020216211	5	0,4
		2023	0,571428571	0,235294118	0,15625	0	21,77985948	0,172784127	0,829355971	0,048475204	5	0,4
		2021	0,607142857	0,117647059	0,09375	0,2	25,43478261	6,86364793	0,925861067	0	3	0,333333333
16	MLPT	2022	0,607142857	0,117647059	0,09375	0,225	6,812080537	4,616865371	0,925861067	0	3	0,333333333
		2023	0,607142857	0,176470588	0,125	0,325	13,08333333	4,124349036	0,869466667	0	3	0,5
		2021	0,583333333	0,058823529	0	0,075	115,8132184	4,690679678	0,488400046	0	3	0,333333333
17	KIOS	2022	0,583333333	0,176470588	0,09375	0,125	201,1494253	1,114916671	0,403091103	0	3	0,333333333
		2023	0,583333333	0,176470588	0,09375	0,125	-3,199498118	0,361760511	0,403090092	0	3	0,333333333
		2021	0,547619048	0,117647059	0,21875	0,15	36,5783881	4,301248709	0,652683384	0,001499998	3	0,333333333
18	NFCX	2022	0,547619048	0,117647059	0,21875	0,15	225,5427122	3,882962892	0,604336195	0,001499998	3	0,333333333
		2023	0,547619048	0,117647059	0,21875	0,15	-9,676956896	3,026850208	0,670134512	0,001559998	3	0,333333333
		2021	0,5	0,058823529	0,0625	0,475	-71,72995781	1,465843556	0,742778813	6,55875E-06	3	0,333333333
19	HDIT	2022	0,5	0,294117647	0,125	0,175	-3,6	0,248958966	0,538998347	0,000957053	3	0,333333333
		2023	0,5	0,294117647	0,125	0,175	-1,808318264	0,264034928	0,522522365	0,000957053	3	0,333333333
		2021	0,583333333	0,058823529	0,21875	0,2	10,95993953	1,893370591	0,654855867	0,022434133	3	0,5
20	GLVA	2022	0,583333333	0,058823529	0,21875	0,2	12,1997352	2,861621734	0,654855867	0,024118067	3	0,5
		2023	0,583333333	0,058823529	0,21875	0,175	13,33059885	2,484500539	0,654855867	0,024518467	3	0,5

Lampiran 1.9 Output Uji PLS-SEM

1. Analisis Deskriptif

Import Data Sm...		Indicators											Copy to E	
Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness		
TID	1	MET	0	0.567	0.583	0.345	0.619	0.345	0.619	0.059	7.723	-2.642		
EKONOMI	2	MET	0	0.165	0.118	0.059	0.529	0.059	0.529	0.114	0.807	1.163		
LINGKUNGAN	3	MET	0	0.168	0.125	0.000	0.469	0.000	0.469	0.115	0.038	0.611		
SOSIAL	4	MET	0	0.228	0.200	0.000	0.750	0.000	0.750	0.158	1.324	1.113		
PER	5	MET	0	161.698	10.960	-255.411	7016.129	-255.411	7016.129	910.197	55.239	7.328		
PBV	6	MET	0	3.058	1.886	-7.869	35.828	-7.869	35.828	5.494	22.700	4.173		
KM	7	MET	0	0.061	0.022	0.000	0.399	0.000	0.399	0.099	3.545	2.107		
KI	8	MET	0	0.500	0.514	0.060	0.926	0.060	0.926	0.251	-1.001	-0.218		
PDKI	9	MET	0	0.449	0.400	0.000	1.000	0.000	1.000	0.183	2.557	1.352		
KA	10	MET	0	3.250	3.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.698	2.313	1.714		

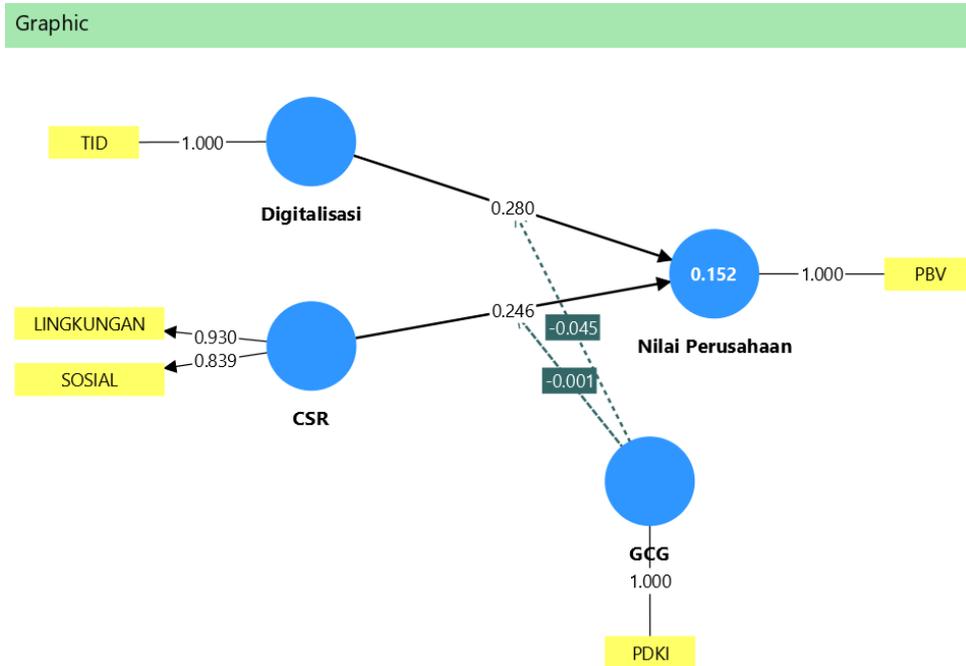
2. Running PLS-SEM Algorithm Tahap 1



3. R-Square

Outer loadings - List	
	Outer loadings
EKONOMI <- CSR	0.324
GCG x CSR -> GCG x CSR	1.000
GCG x Digitalisasi -> GCG x Digitalisasi	1.000
KA <- GCG	0.281
KI <- GCG	-0.858
KM <- GCG	0.374
LINGKUNGAN <- CSR	0.945
PBV <- Nilai Perusahaan	0.918
PDKI <- GCG	0.851
PER <- Nilai Perusahaan	0.426
SOSIAL <- CSR	0.814
TID <- Digitalisasi	1.000

4. *Running PLS-SEM Algorithm Tahap 2*



5. *Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE)*

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
CSR	0.735	0.815	0.879	0.785

6. *Cross Loadings*

Discriminant validity - Cross loadings

	CSR	Digitalisasi	GCG	Nilai Perusahaan	GCG x CSR	GCG x Digitalisasi
LINGKUNGAN	0.930	-0.438	-0.137	0.146	-0.351	0.185
PBV	0.142	0.098	-0.269	1.000	0.059	-0.105
PDKI	-0.128	0.259	1.000	-0.269	-0.104	0.011
SOSIAL	0.839	-0.418	-0.079	0.098	-0.134	0.075
TID	-0.481	1.000	0.259	0.098	0.227	-0.287
GCG x CSR	-0.295	0.227	-0.104	0.059	1.000	-0.619
GCG x Digitalisasi	0.157	-0.287	0.011	-0.105	-0.619	1.000

7. *Fornell and Larcker criterion*

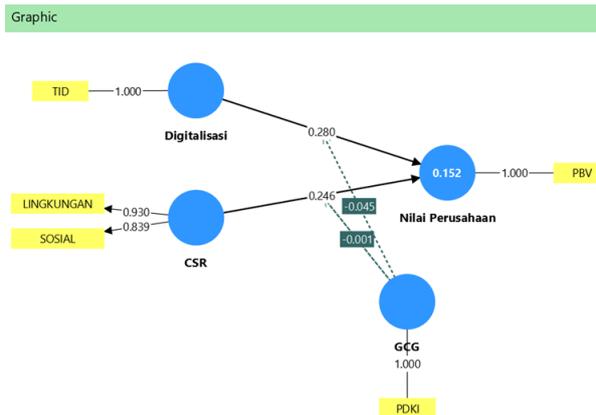
Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	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

8. R-Square Tahap 1

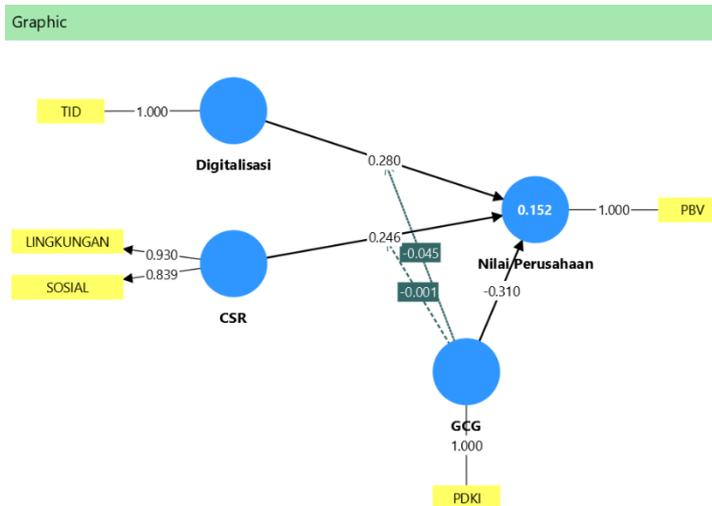
R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Nilai Perusahaan	0.191	0.116

9. R-Square Tahap 2



R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Nilai Perusahaan	0.152	0.073

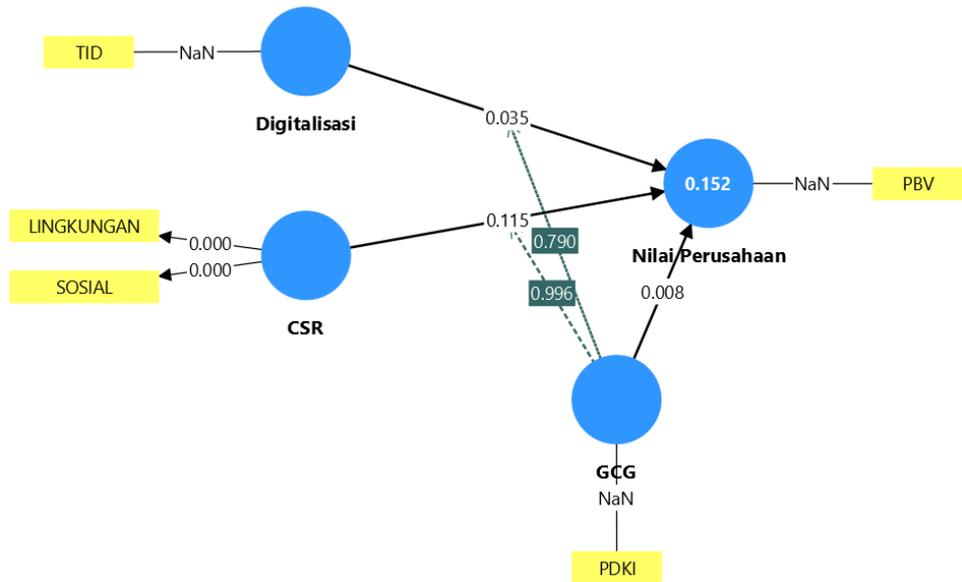
10. Effect Size (F-Square)



f-square - List	
	f-square
CSR -> Nilai Perusahaan	0.051
Digitalisasi -> Nilai Perusahaan	0.063
GCG -> Nilai Perusahaan	0.102
GCG x CSR -> Nilai Perusahaan	0.000
GCG x Digitalisasi -> Nilai Peru...	0.002

11. Path Coefficients

Graphic



Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
CSR -> Nilai Perusahaan	0.246	0.212	0.156	1.578	0.115
Digitalisasi -> Nilai Perusahaan	0.280	0.299	0.133	2.108	0.035
GCG -> Nilai Perusahaan	-0.310	-0.366	0.116	2.672	0.008
GCG x CSR -> Nilai Perusahaan	-0.001	-0.003	0.229	0.005	0.996
GCG x Digitalisasi -> Nilai Perusahaan	-0.045	-0.007	0.169	0.267	0.790

Lampiran 1.10 Output T-Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung