

Taxpayer Perception of the Quality of the Tax Office, Taxpayer Awareness, and Understanding of Taxation on Taxpayer Compliance with Risk Preference as a Moderating Variable

[Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi]

Indi Luthfiyati ¹⁾, Wiwit Haryanto ^{*2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: Wiwitbagaskara@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to examine the effect of Good Governance, Leverage & Corporate Social Responsibility on Financial Performance moderated by Profitability. The data used in this study use food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019 to 2022. The sample selection for this study used a purposive sampling technique. The number of samples in this study was 100 samples of food and beverage companies. Data processing used the SPSS (Statistical Software Suite) software program. The results of this study indicate that Good Governance, Leverage and Good Corporate Social Responsibility have a significant effect on financial performance. In addition, Profitability is able to moderate the effect of Good Governance, Leverage and Good Corporate Social Responsibility on Financial Performance in food and beverage sub-sector companies listed on the IDX during 2019-2022.*

Keywords - *Good Governance, Leverage and Good Corporate Social Responsibility. Financial Performance. Profitability.*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Good Governance, Leverage & Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan yang dimoderasi Oleh Profitabilitas. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Pemilihan sampel untuk penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel perusahaan makanan dan minuman. Pengolahan data menggunakan program perangkat lunak SPSS (Statistical Software Suite). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Good Governance, Leverage dan Good Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Selain itu juga Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Good Governance, Leverage dan Good Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja keuangan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama tahun 2019-2022.*

Kata Kunci - *Good Governance, Leverage, Good Corporate Social Responsibility, Kinerja Keuangan, Profitabilitas.*

I. PENDAHULUAN

Tanda-tanda kemajuan ekonomi di Indonesia terlihat dari pertambahan kuantitas perusahaan yang sudah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kehadiran beragam perusahaan, termasuk yang berskala besar dan kecil, memicu persaingan di setiap entitas usaha guna meningkatkan kinerja mereka. Setiap perusahaan mempunyai sasaran yang perlu diwujudkan, baik dalam jangka waktu lama ataupun pendek. Tujuan jangka panjang perusahaan ialah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan [1]. Kinerja keuangan suatu perusahaan bisa diukur secara efektif dengan menggunakan rasio profitabilitas [2]. Rasio-rasio keuangan inilah membantu menilai kemampuan dan efisiensi manajemen dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba dan mengukur pengembalian yang diperoleh perusahaan pemberi modal. Menciptakan keharmonisan dalam perusahaan tidak hanya melibatkan pengukuran kinerja keuangan tetapi juga mempertimbangkan semua aspek internal dan eksternal bisnis [3].

Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage & Good Corporate Governance (GCG) diterapkan sebagai program untuk mewujudkan keharmonisan dan juga sebagai factor penting bagi perusahaan untuk tumbuh berkembang dalam jangka panjang, memenangkan persaingan bisnis global [4]. Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai untuk memenuhi kepentingan para stakeholder. Tujuan dari sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan menjaga kelangsungan kehidupan Perusahaan [5]. Kinerja keuangan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Penilaian yang tinggi terhadap harga saham berdampak pada peningkatan nilai

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar, bukan hanya terkait dengan kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga menyangkut prospek perusahaan di masa mendatang [6][7].

Mengingat dengan adanya fenomena pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada tahun 2019 yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan pada kuartal pertama, hal ini disebabkan karena adanya perlambatan konsumsi rumah tangga. Apabila konsumsi rumah tangga tidak berjalan

semestinya, maka akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Fenomena ini menyebabkan 3 perusahaan sektor barang konsumsi mengalami penurunan laba yaitu pertama, ada Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mengalami penurunan mencapai 4,37%, Kedua, Mayora Indah Tbk (MYOR) mengalami penurunan sebesar 0,51%, Ketiga, perusahaan ini yang mengalami penurunan yang sangat besar yaitu Garuda Food Puta Putri Jaya Tbk (GOOD) penurunan ini menyentuh angka 19,9%, penurunan kinerja perusahaan ini sejalan dengan data dari Badan Pusat Statistik [8]. Alasan inilah yang juga mendukung penulis untuk memilih perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman sebagai sektor yang akan diteliti.

Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi kinerja keuangan, yang pertama adalah Good Corporate Governance. Good Corporate Governance merupakan suatu sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan, yaitu hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi demi tercapainya tujuan organisasi. GCG ditujukan untuk mengatur hubungan tersebut dan memastikan bahwa kesalahan yang terjadi dapat segera diperbaiki serta mencegah adanya kesalahan signifikan dalam strategi korporasi [9]. Atau dapat dikatakan GCG merupakan usaha perusahaan dalam menciptakan suatu pola hubungan yang kontributif antar pemangku kepentingan dalam perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [10]. Tetapi berbeda dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa Good Corporate Governance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [11].

Aspek kedua yang mempengaruhi fluktuasi nilai perusahaan selanjutnya yakni Leverage. Leverage mencakup pemanfaatan asset serta modal dengan biaya tetap atau yang disebut juga dengan (fixed- cost), dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pengembalian untuk para pemegang saham. Kenaikan kemampuan laba ini diperoleh melalui kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan investasi ataupun perolehan sumber pendanaan, sejalan dengan biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan menggunakan Leverage, perusahaan berupaya mengoptimalkan pengembalian investasi dengan menggunakan pinjaman ataupun modal hutang, yang diharapkan bisa menciptakan keuntungan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan [12]. Sesuai dengan signaling theory mengatakan pihak yang mengirimkan informasi (pemilik informasi) membagikan isyarat ataupun sinyal dalam wujud data yang mencerminkan keadaan industri dengan harapan membagikan keuntungan kepada pihak penerima. Isyarat tersebut berupa data yang menggambarkan usaha manajemen untuk mewujudkan tujuan pemilik. Data tersebut menandakan pada selaku penanda untuk investor serta pelakon bisnis untuk menolong dalam pengambilan keputusan investasi [13]. Hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa pengungkapan Leverage mempengaruhi terhadap kinerja keuangan [12]. Tetapi terdapat penelian lain yang mengungkapkan bahwa Leverage tidak mempengaruhi terhadap Kinerja Keuangan [14].

Aspek ketiga yakni Corporate Social Responsibility (CSR). Corporate social responsibility merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggungjawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan [15]. Pendekatan untuk pelaporan CSR yang telah berkembang berdasarkan Triple Bottom Line mengungkapkan bahwa TBL adalah laporan yang terdiri dari tiga elemen penting, yaitu pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan dan kesejahteraan sosial [16]. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [17]. Tetapi berbeda dengan penelitian lain yang mengungkap bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [18].

Untuk mempertahankan kinerja keuangan, profitabilitas adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Di dalam perusahaan, tingkat biaya dan tingkat keuntungan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Oleh karena itu, perusahaan berupaya agar pengelolaan biaya dilakukan seefisien mungkin agar dapat mencapai laba maksimal, sehingga tingkat profitabilitas perusahaan tetap terjaga dengan baik [19]. Ada beberapa rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba. Rasio yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu Return on Asset (ROA). Rasio ini akan menunjukkan semakin tinggi rasionya maka akan semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan. Sesuai dengan teori keagenan, bahwa perusahaan yang mengharapkan laba tinggi maka, akan menyejahterakan pemegang saham. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi Leverage dan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan [20]. Akan tetap berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak mampu memoderasi Leverage terhadap Kinerja Keuangan [19].

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu [21]. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel bebas dan tahun serta tempat penelitian dimana penelitian terdahulu variabel independennya terdiri Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility [21]. Selain itu teknik analisis yang digunakan pada penelitian terdahulu menggunakan software Eviews [21], sedangkan penelitian saat ini menggunakan statistical program for special science (SPSS).

Dalam industri food and beverage, penggunaan penelitian menjadi landasan penting dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan secara berkelanjutan. Salah satu tujuan utama dari penelitian tersebut adalah untuk memahami bagaimana faktor-faktor manajerial dan strategis, seperti Good Corporate Governance (GCG), leverage, & Corporate Social Responsibility (CSR), dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menjadi

semakin penting mengingat persaingan dalam industri food and beverage yang sangat kompetitif, serta tingginya tuntutan dari konsumen terhadap transparansi, tanggung jawab sosial, dan efisiensi pengelolaan perusahaan.

Penelitian dilakukan untuk menjawab kebutuhan perusahaan dalam mengelola tata kelola yang baik (GCG), di mana mekanisme pengawasan internal dan eksternal yang efektif diyakini mampu meningkatkan akuntabilitas serta efisiensi operasional. Dalam konteks leverage, penting bagi perusahaan untuk menilai secara tepat struktur modal dan risiko pembiayaan yang dapat memengaruhi stabilitas dan profitabilitas usaha [26]. Sementara itu, CSR menjadi bagian penting dari strategi pemasaran dan hubungan publik perusahaan, yang dalam jangka panjang dapat menciptakan loyalitas konsumen dan citra positif di masyarakat, terutama pada sektor food and beverage yang sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas dan etika produksi [22].

Dengan ini, peneliti tertarik untuk memperkuat kembali variabel yang terdapat dalam penelitian sebelumnya yaitu seperti Good Corporate Governance & Corporate Social Responsibility dan menambahkan Variabel bebas yakni Leverage. Serta terdapat variabel pemoderasi yaitu Profitabilitas untuk melihat apakah terdapat hasil yang memperkuat atau memperlemah variabel independen dan variabel dependennya. Namun penelitian dengan variabel pemoderasi Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi masih sangat sedikit, sehingga penelitian ini mencoba menggunakan variabel Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi antara Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility & Leverage terhadap Kinerja Keuangan.

Berdasarkan penjelasan dan uraian yang disebutkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility & Leverage terhadap Kinerja Keuangan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dapat dijadikan dasar acuan dan referensi dalam pembahasan kinerja keuangan bagi peneliti selanjutnya dan memberikan wawasan bagaimana pentingnya memahami aspek-aspek yang mampu menghasilkan dampak kinerja keuangan perusahaan agar mampu mempertahankan kepercayaan iklim investasi yang optimal serta keterbukaan perekonomian bagi publik [26]. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan terkait akuntansi manajemen, khususnya mengenai kinerja keuangan serta sebagai bahan kajian untuk penelitian dimasa yang akan datang [19].

Pengembangan Hipotesis

Dalam penerapan Good Corporate Governance (GCG), terlihat jelas betapa pentingnya peran GCG dalam mendukung pencapaian tujuan suatu perusahaan atau lembaga. GCG menjadi landasan utama dalam pengambilan kebijakan dan keputusan di perusahaan atau lembaga, yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan [22]. Penelitian ini sejalan dengan theory keagenan mendorong munculnya konsep GCG dalam pengelolaan kinerja keuangan perusahaan, di mana GCG diharapkan dapat meminimalisir berbagai masalah melalui pengawasan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini didasarkan pada teori agensi, yang menekankan bahwa salah satu cara untuk mengurangi biaya agensi adalah melalui pengawasan efektif oleh dewan komisaris. Efektivitas ini tercapai berkat keahlian dan pengalaman yang dimiliki oleh dewan komisaris [23].

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa Good Corporate Governance berpengaruh terhadap kinerja keuangan [24]. Hal ini didukung oleh penelitian lain yang memperoleh hasil yakni Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan [25].

H1: Good Corporate Governance Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan.

Dari perspektif manajemen keuangan, rasio leverage keuangan memiliki implikasi penting dalam mengukur risiko finansial Perusahaan. Semakin besar utang yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula pengaruhnya terhadap laba, karena beban bunga akan meningkat. Peningkatan rasio leverage menunjukkan bahwa proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasi pada aset juga meningkat, yang berarti risiko keuangan perusahaan semakin tinggi, dan sebaliknya [26]. Secara umum, kreditur lebih memilih rasio utang yang rendah pada perusahaan. Hal ini karena rasio utang yang lebih rendah menunjukkan bahwa pendanaan perusahaan lebih banyak disediakan oleh pemegang saham, sehingga memberikan perlindungan yang lebih besar bagi kreditur terhadap risiko gagal bayar utang [27].

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa leverage berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan [28]. Hal ini didukung oleh penelitian lain yang memperoleh hasil yakni leverage berpengaruh terhadap kinerja keuangan [29].

H2: Leverage Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para stakeholdernya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Suatu perusahaan dapat dikatakan bertanggung jawab secara sosial, apabila memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya merealisasikan profit, akan tetapi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan program yang memberikan nilai tambah bagi semua stakeholder, termasuk meningkatkan kinerja dan nilai tambah perusahaan secara jangka panjang [30]. Hal ini sesuai dengan theory signal yang mengungkapkan bahwa, semakin meningkat atau tingginya Corporate Social Responsibility yang diterapkan maka dapat memberikan sinyal yang baik bagi masyarakat khususnya para investor, dengan hal ini investor akan dapat melihat dan mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan perusahaan di masa depan [31].

Hasil penelitian terdahulu mengungkap bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap kinerja keuangan [17]. Dan didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa corporate social responsibility berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan [32]. Hal ini sejalan dengan paradigma yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

H3: Corporate Social Responsibility Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan.

Penerapan Good Corporate Governance dapat mendorong dan memaksa manajemen untuk mengukur dan menilai kinerja perusahaan dalam meraih keuntungan. Menurut teori agensi, manajemen yang bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan sering kali dianggap tidak sepenuhnya dapat dipercaya untuk bertindak demi kepentingan pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, yang dikenal sebagai konflik keagenan [33]. Kepemilikan saham oleh manajer berpotensi mengurangi konflik keagenan dalam perusahaan. Semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen, semakin kecil kemungkinan mereka bertindak oportunistik demi keuntungan pribadi. Sebaliknya, manajer lebih cenderung membuat keputusan yang selaras dengan kepentingan perusahaan, termasuk mengukur dan menilai kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan untuk memperbaiki citra Perusahaan [34].

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Profitabilitas mampu memoderasi Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan [33].

H4: Profitabilitas Mampu Memoderasi Good Corporate Governance Terhadap Nilai Kinerja Keuangan

Leverage adalah penggunaan hutang untuk mendanai sebagian aset perusahaan. Penggunaan hutang mempengaruhi perusahaan karena hutang membawa beban biaya tetap. Oleh karena itu, profitabilitas diharapkan dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara kebijakan hutang dengan nilai Perusahaan [35]. Profitabilitas memainkan peran penting dalam kebijakan hutang, di mana kebijakan tersebut dapat mengoptimalkan nilai Perusahaan. Perusahaan dengan laba tinggi cenderung lebih mengandalkan dana internal karena memiliki sumber dana yang melimpah [36].

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Profitabilitas mampu memoderasi Leverage terhadap Kinerja Keuangan [36].

H5: Profitabilitas Mampu Memoderasi Leverage Terhadap Nilai Kinerja Keuangan.

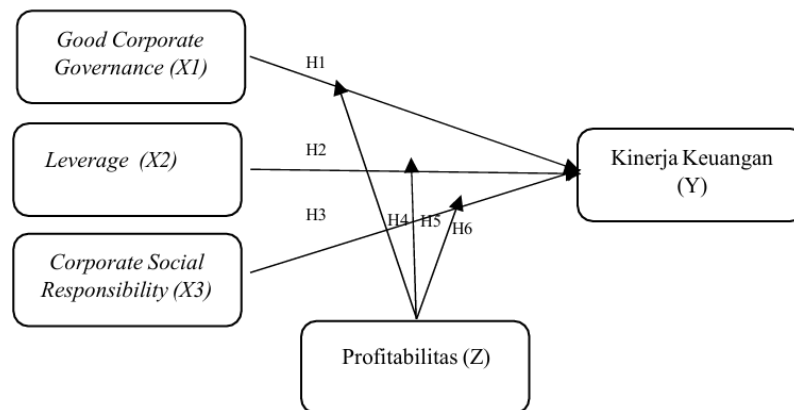
Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari setiap aktivitas yang dilakukan selama periode akuntansi tertentu. Corporate Social Responsibility (CSR) menyatakan bahwa laporan tahunan atau keberlanjutan setiap perusahaan mencerminkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya. Akibatnya, investor lebih tertarik untuk menanamkan saham mereka dalam aspek-aspek tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan [37]. Hal ini berdampak positif dalam jangka panjang, terlihat dari peningkatan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin banyak pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan, serta semakin besar pula alokasi dana yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memastikan keberlanjutan perusahaan [38].

Penelitian ini senada oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Profitabilitas mampu memoderasi Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan [39].

H6: Profitabilitas Mampu Memoderasi Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Kinerja Keuangan

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian dapat disajikan sebagai berikut :



Gambar 1 (Kerangka Konseptual)

II. METODE

Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang lazim digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik. Peneliti menetapkan bahwa fokus utama dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2022. Data sampel diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang dipakai berupa data sekunder yang berasal dari laporan keuangan. Teknik pengumpulan data dilakukan secara sekunder melalui dokumentasi perusahaan berdasarkan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022, yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah perusahaan manufaktur yang telah tercatat pada website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022, dengan total populasi sebanyak 49 perusahaan. Sampel dipilih berdasarkan standart kriteria tertentu melalui metode pengambilan sampel yaitu (*purposive sampling*). Berikut merupakan seleksi kriteria yang digunakan:

Tabel 1.

Pemilihan Kriteria Berdasarkan Pemilihan Sampel

| No | Kriteria | Jumlah |
|-----------------------------------|--|------------|
| 1 | Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2019 - 2022 | 49 |
| 2 | Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan periode 2019 - 2022 secara berturut-turut | (3) |
| 3 | Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan tahunan | (2) |
| 4 | Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tidak memuat informasi yang berkaitan dengan variabel - variabel yang digunakan dalam penelitian. | (19) |
| 5 | Jumlah Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang sesuai kriteria | 25 |
| Jumlah sampel (25X4 tahun) | | 100 |

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Identifikasi dan Indikator Variabel

Tabel 2.

Identifikasi dan Indikator dari Variabel

| Variabel | Indikator | Keterangan | Skala |
|----------|-----------|------------|-------|
|----------|-----------|------------|-------|

| | | | |
|--|--|--|-------|
| <i>Good Corporate Governance</i> | Dewan Komisaris Independen = $\frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Total Dewan Komisaris}}$ | Dewan komisaris independen diproksi dengan menggunakan proporsi jumlah komisaris independen terhadap total dewan komisaris yang ada di perusahaan. | Rasio |
| <i>Leverage</i> | $DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}}$ | DER (<i>Debt to equity</i>) | Rasio |
| <i>Corporate Social Responsibility</i> | $CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ | X _{ij} : Jumlah Item Yang Diungkapkan N _j : Jumlah pengungkapan CSR | Rasio |
| <i>Profitabilitas</i> | $ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$ | ROA (<i>Return on asset</i>) | Rasio |
| Kinerja Keuangan | $PBV = \frac{\text{Price pershare}}{\text{Book value pershare}}$ | PBV: (<i>Price to Book Value</i>) | Rasio |

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang diterapkan dalam Penelitian ini ialah Moderated Regreession Analysis (MRA), sebuah pendekatan yang menggunakan regresi berganda linear untuk menunjukkan adanya interaksi dalam persamaan regresi. Interaksi tersebut terjadi melalui perkalian dua atau lebih variabel bebas, dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel moderasi dapat memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan pengujian terhadap pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel moderasi [40]. Keterkaitan antara variabel X dan Y dalam penelitian ini diasosiasikan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi dan analisis yang dilakukan menggunakan perangkat lunak yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) [40].

Dalam upaya untuk memperdalam hasil penelitian, dilakukan beberapa pengujian sebagai berikut :

Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukannya pengujian ini untuk mendapatkan model persamaan regresi yang baik dan mampu memberikan estimasi yang handal dan tidak bias sesuai dengan kaidah BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Menurut Ghozali untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi > 0,05 [41].

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,01 [41].

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Data akan dikatakan homoskedastisitas jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Sedangkan data akan dikatakan heteroskedastisitas jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang [41].

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) [41].

Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikatnya secara parsial [42]. Pengujian secara simultan ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini [43]. Jika nilai sig probabilitas $<0,05$ maka H_0 diterima. Jika nilai sig probabilitas $>0,05$ maka H_0 ditolak.

2. Moderated Regression Analysis /MRA

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi moderasi (Moderated Regression Analysis/MRA) atau Uji Interaksi dikarenakan terdapat variabel moderating. Uji interaksi atau uji Moderated Regression Analysis (MRA) adalah aplikasi dari regresi linier berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Uji interaksi ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana interaksi variabel Profitabilitas dapat mempengaruhi *good Corporate Governance, Leverage & Corporate Sosial Responsibility*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini diambil dari laporan tahunan pada laporan keuangan perusahaan yang diolah menggunakan software SPSS, mengambil data pada halaman laporan keuangan pada perusahaan manufaktur *subsector food and baverage* yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 - 2022. Dengan pengungkapan Kinerja Perusahaan sebagai variabel dependen, *Good Corporate Governance, Leverage, Corporate Sosial Responsibility* sebagai variabel independent dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Total Perusahaan yang diobservasi sejumlah 25 perusahaan dan jika dijumlahkan sebanyak 100 data yang di peroleh dari total perusahaan dikalikan 4 tahun.

HASIL

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui nilai sebaran data pada sebuah kelompok data berdistribusi normal atau tidak. Kriteria pengujian normalitas ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|--|----------------|-------------------------|
| N | | 25 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 4973.54618527 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .151 |
| | Positive | .151 |
| | Negative | -.092 |
| Test Statistic | | .151 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .146 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Sumber : Data di olah oleh SPSS

Hasil dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* nilai yang dihasilkan pada asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,146 $> 0,05$ sehingga bisa disimpulkan bahwa semua variabel independent berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas yaitu untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Dilakukan dengan menggunakan metode tolerance dan VIF. Multikolinearitas tidak terjadi jika nilai tolerance lebih besar dari > 0.01 dan nilai VIF lebih kecil dari <10 .

Tabel 4. Hasil Uji Multikorelitas
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|-------------------------|-----|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |

| | | | | | | | | |
|---|----------------------------------|-----------|----------|-------|--------|------|------|-------|
| 1 | (Constant) | 31525.752 | 4767.885 | | 6.612 | .000 | | |
| | Good Corporate Governance | -4.287 | 1.279 | -.364 | -3.352 | .003 | .773 | 1.293 |
| | Leverage | .042 | .005 | .777 | 7.713 | .000 | .896 | 1.116 |
| | Corporate Sosial Responsiibility | -3.999 | 1.883 | -.241 | -2.124 | .046 | .705 | 1.418 |

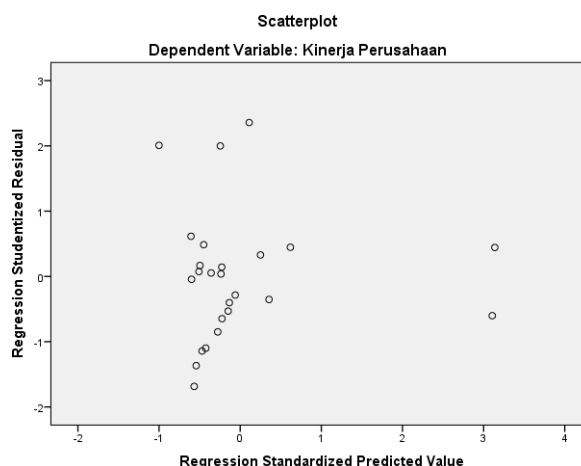
a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan table 4, hasil uji multikolinearitas memiliki nilai tolerance *Good Corporate Governance* $X^1 = 0.773$, Leverage $X^2 = 0.896$, Corporate Social Responsibility $X^3 = 0.705$ secara simultan lebih besar dari $>0,01$ dan nilai VIF *Good Corporate Governance* $X^1 = 1,293$, Leverage $X^2 = 1,116$, Corporate Social Responsibility $X^3 = 1,408$ lebih kecil dari <10 . Sehingga bisa disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi auto korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mengetahui terdapat atau tidaknya masalah heteroskedastisitas bisa diketahui pada pola scatterplot. Suatu model tidak terjadi heteroskedastisitas jika : Sebaran titik-titik berada diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya dibawah saja atau diatas saja dan sebaran titik-titik tidak berbentuk sebuah pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil dari uji heteroskedastisitas scatterplot diatas adalah titik yang dihasilkan menyebar diatas 0 dan dibawah 0 pada garis Y serta tidak membuat pola tertentu. Maka bisa disimpulkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas scatterplot model regresi layak dipakai untuk diteliti.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui korelasi antar residu pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

**Tabel 6. Hasil Uji Auto
Korelasi Model
Summary^b**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .899 ^a | .809 | .782 | 5316.945 | 2.376 |

a. Predictors: (Constant), Corporate Sosial Responsiibility, Leverage, Good Corporate Governance

b. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Pengujian menggunakan metode uji Durbin-Watson memiliki 3 kriteria sebagai berikut :

- Jika $d < d_L$ maka hipotesis ditolak, artinya terdapat autokorelasi
- Jika $d_U < d < 4-d_U$ maka hipotesis diterima, artinya tidak terdapat auto korelasi
- Jika $d_L < d < d_U$ atau $4-d_U < d < 4-d_L$ artinya tidak ada kesimpulan $d =$

2.376

$d_L = 1.1228$

$$dU = 1,6540$$

$$4 - dL = 4 - 1,6540 = 2,346$$

$$4 - dU = 4 - 1,228 = 2,772$$

Dengan hasil yang diperoleh berdasarkan tabel 5 adalah

$dU < d < 4 - dU$ atau $1,6540 < 2,376 < 2,772$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (T) bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut : Jika nilai sig > 0.05 maka tidak ada hubungan antara variabel X dan Variabel Y, Jika nilai sig < 0.05 maka ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Tabel 9. Hasil Uji T Parsial
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Status |
|-------|---|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 31525.752 | 4767.885 | | 6.612 | .000 | |
| | <i>Good Corporate Governance</i> | -4.287 | 1.279 | -.364 | 3.352 | .003 | H ¹ diterima |
| | <i>Leverage</i> | .042 | .005 | .777 | 7.713 | .000 | H ² diterima |
| | <i>Corporate Sosial Responsiibility</i> | -3.999 | 1.883 | -.241 | 2.124 | .046 | H ³ diterima |

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

1. *Good corporate governance* mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. T Hitung sebesar 3,352 dan T Tabel sebesar 1,983 yang berarti bahwa T Hitung > T Tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan atau Hipotesis pertama diterima.
2. *Leverage* mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. T Hitung sebesar 7,713 dan T Tabel sebesar 1,983 yang berarti bahwa T Hitung > T Tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan atau Hipotesis kedua diterima.
3. *Corporate Sosial Responsibility* mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$. T Hitung sebesar 2,124 dan T Tabel sebesar 1,983 yang berarti bahwa T Hitung > T Tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan atau Hipotesis ketiga diterima.

b. Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 10. Hasil Uji Moderated
Regression
Analysis
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Status |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 17916.423 | 2534.846 | | 7.068 | .000 | |
| | X1Z | -.914 | .332 | -.330 | -2.754 | .012 | H4 diterima |
| | X2Z | .010 | .001 | .911 | 7.589 | .000 | H5 diterima |
| | X3Z | .784 | .368 | .248 | 2.133 | .045 | H6 diterima |

Dari tabel hasil regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel Interaksi X1Z (*Good corporate governance x profitabilitas*), X2Z (*Leverage x profitabilitas*) dan X3Z (*Corporate sosial responsibility x profitabilitas*) masing masing memiliki nilai t sebesar -2.754, 7.589, 2.133 dan signifikansi sebesar 0.012, 0.000, dan 0.045. Artinya bahwa profitabilitas mampu sebagai moderator pada hubungan pengaruh *good corporate governance, leverage & corporate sosial responsibility* terhadap kinerja perusahaan.

PEMBAHASAN

Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *Good Corporate Governance* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **H1 diterima**, yang artinya *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan *theory* keagenan mendorong munculnya konsep GCG dalam pengelolaan kinerja keuangan perusahaan, di mana GCG diharapkan dapat meminimalisir berbagai masalah melalui pengawasan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini didasarkan pada teori agensi, yang

menekankan bahwa salah satu cara untuk mengurangi biaya agensi adalah melalui pengawasan efektif oleh dewan komisaris. Efektivitas ini tercapai berkat keahlian dan pengalaman yang dimiliki oleh dewan komisaris [23] [22].

Dengan demikian, hipotesis pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan [24] [25].

Leverage Terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *Leverage* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **H2 diterima**, yang artinya *Leverage* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Peningkatan rasio leverage menunjukkan bahwa proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasi pada aset juga meningkat, yang berarti risiko keuangan perusahaan semakin tinggi, dan sebaliknya [26]. Secara umum, kreditur lebih memilih rasio utang yang rendah pada perusahaan. Hal ini karena rasio utang yang lebih rendah menunjukkan bahwa pendanaan perusahaan lebih banyak disediakan oleh pemegang saham, sehingga memberikan perlindungan yang lebih besar bagi kreditur terhadap risiko gagal bayar utang [27].

Dengan demikian, hipotesis pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan *Leverage* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan [28][29].

Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *Corporate Sosial Responsibility* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,036 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **H3 diterima**, yang artinya *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini terjadi karena semakin sering mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan maka akan menjadi poin tambah bagi investor untuk menginvestasikan dananya kepada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Selain itu dengan mengungkapkan CSR juga akan membuat masyarakat beranggapan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan saja melainkan juga peduli terhadap lingkungan sekitar dari perusahaan tersebut [31]. Teori yang mendasari dalam penelitian ini adalah *theory signal* yang menyatakan bahwa, semakin meningkat atau tingginya *Corporate Sosial Responsibility* yang diterapkan maka dapat memberikan sinyal yang baik bagi masyarakat khususnya para investor, dengan hal ini investor akan dapat melihat dan mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan perusahaan di masa depan [30].

Dengan demikian, hipotesis pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan [44][45].

Profitabilitas Memoderasi Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,012 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **H4 diterima**, yang artinya Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Kinerja Perusahaan. Penerapan *Good Corporate Governance* dapat mendorong dan memaksa manajemen untuk mengukur dan menilai kinerja perusahaan dalam meraih keuntungan. Menurut teori agensi, manajemen yang bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan sering kali dianggap tidak sepenuhnya dapat dipercaya untuk bertindak demi kepentingan pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, yang dikenal sebagai konflik keagenan [33]. Semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen, semakin kecil kemungkinan mereka bertindak oportunistik demi keuntungan pribadi. Sebaliknya, manajer lebih cenderung membuat keputusan yang selaras dengan kepentingan perusahaan, termasuk mengukur dan menilai kemampuan perusahaan dalam meraih keuntungan untuk memperbaiki citra Perusahaan [34].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *good corporate governance* terhadap kinerja perusahaan [33]. Namun berbeda dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *good corporate governance* terhadap kinerja perusahaan.

Profitabilitas Memoderasi Leverage Terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **H5 diterima**, yang artinya Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini disebabkan karena *Leverage* digunakan untuk mendanai sebagian aset perusahaan. Penggunaan hutang mempengaruhi perusahaan karena hutang membawa beban biaya tetap. Oleh karena itu, profitabilitas diharapkan

dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara kebijakan hutang dengan nilai Perusahaan [35]. Profitabilitas memainkan peran penting dalam kebijakan hutang, di mana kebijakan tersebut dapat mengoptimalkan nilai Perusahaan. Perusahaan dengan laba tinggi cenderung lebih mengandalkan dana internal karena memiliki sumber dana yang melimpah [36].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap kinerja perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap kinerja perusahaan [39].

Profitabilitas Memoderasi Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,045 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa **H6 diterima**, yang artinya Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini disebabkan karena Corporate Social Responsibility (CSR) menyatakan bahwa laporan tahunan atau keberlanjutan setiap perusahaan mencerminkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya. Akibatnya, investor lebih tertarik untuk menanamkan saham mereka dalam aspek-aspek tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan [37]. Hal ini berdampak positif dalam jangka panjang, terlihat dari peningkatan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin banyak pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan, serta semakin besar pula alokasi dana yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memastikan keberlanjutan perusahaan [38].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap kinerja perusahaan [39]. Namun berbeda dengan penelitian lain yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap kinerja perusahaan.

VII. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Leverage, dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Good Corporate Governance (GCG) berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan prinsip GCG dalam suatu perusahaan, maka kinerja keuangan perusahaan juga cenderung meningkat.
2. Leverage berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Leverage yang dikelola secara optimal dapat meningkatkan kinerja keuangan dengan memanfaatkan dana eksternal untuk ekspansi usaha yang menguntungkan.
3. Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Perusahaan yang menjalankan program CSR dengan baik dapat meningkatkan citra perusahaan, menarik investor, dan pada akhirnya memperbaiki kinerja keuangan.
4. Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan antara GCG, leverage, dan CSR terhadap kinerja keuangan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin besar dampak positif dari ketiga variabel independen tersebut terhadap kinerja keuangan, karena perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki lebih banyak sumber daya untuk menerapkan praktik tata kelola yang baik, mengelola utang dengan lebih efektif, serta meningkatkan kegiatan CSR yang memberikan manfaat jangka panjang.

Saran

Perusahaan sebaiknya terus meningkatkan penerapan prinsip Good Corporate Governance, mengelola leverage secara bijak, dan menjalankan program CSR secara berkelanjutan. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan profitabilitas, karena profitabilitas yang tinggi dapat memperkuat pengaruh positif GCG, leverage, dan CSR terhadap kinerja keuangan secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Karya tulis ilmiah ini disusun sebagai tugas akhir skripsi sarjana S1 Akuntansi. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan segala sesuatu tanpa batas.
2. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan semangat serta dukungan.
3. Teman-teman seperjuangan yang telah banyak membantu peneliti dalam mempersiapkan penelitian artikel ilmiah ini.

4. Dan seluruh pihak yang sudah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan artikel ilmiah ini. Penulis berharap semoga artikel ilmiah ini dapat memberikan banyak pengetahuan dan bermanfaat bagi kita semua.

REFERENSI

- [1] R. A. Z. Nugraha, A. Nurrahman, A. Saputri, D. Juliani, and C. R. Achmadi, "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pemanfaatan Teknologi, Sanksi Pajak, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM," *JUREKSI (Journal Islam. Econ. Financ.* , vol. 2, no. 2, pp. 80–93, 2024.
- [2] F. A. Raharjo and H. Hasnawati, "Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Terkait Wacana Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Objek Natura/Kenikmatan," *Educoretax*, vol. 3, no. 3, pp. 173–191, 2023, doi: 10.54957/educoretax.v3i3.491.
- [3] A. D. Oktavia and D. K. Sari, "Market Orientation Drives Competitive Edge and Performance in Indonesian MSMEs," *Acad. Open*, vol. 9, no. 1, pp. 1–21, 2024, doi: 10.21070/acopen.9.2024.7887.
- [4] A. Dewi Oktavia and D. Komala Sari, "Marketing Performance and Competitive Advantage: Pia Cake SMEs in Kejapanan Village, Gempol Kinerja Pemasaran dan Keunggulan Bersaing: UMKM Kue Pia di Desa Kejapanan, Gempol," pp. 1–14, 2023.
- [5] F. M. Gugam and D. Sofianty, "Pengaruh Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah," *Pros. Akunt.*, no. 1, pp. 2018–2020, 2021, [Online]. Available: <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/30267>
- [6] O. Page, S. M. Santoso, G. T. Pontoh, and D. Said, "Journal of Applied Business , Taxation and Economics Research (JABTER) The Influence of Taxpayer Awareness , Tax Sanctions , Tax Service Quality , and Tax Knowledge on The Individual Taxpayer Compliance," vol. 4, no. 1, pp. 93–106, 2024, doi: 10.54408/jabter.v4i1.348.
- [7] D. K. Wardani and K. Sukarte, "Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi," *J. Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 3, no. 3, pp. 304–315, 2023, doi: 10.55606/jaemb.v3i3.1727.
- [8] S. Khodijah, H. Barli, and W. Irawati, "Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi," *JABI (Jurnal Akunt. Berkelanjutan Indones.*, vol. 4, no. 2, pp. 183–195, 2021, doi: 10.32493/jabi.v4i2.y2021.p183-195.
- [9] K. Elsani and A. Tanno, "Preferensi Risiko dalam Memoderasi Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak," *Owner*, vol. 7, no. 2, pp. 1401–1423, 2023, doi: 10.33395/owner.v7i2.1398.
- [10] Runi Hasnidarini, Nunung Nurhayati, and Elly Halimatusadiah, "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak," *Bandung Conf. Ser. Account.*, vol. 4, no. 1, pp. 128–133, 2024, doi: 10.29313/bcsa.v4i1.11014.
- [11] P. D. Ayu Utari and P. Ery Setiawan, "Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Pemoderasi," *E-Jurnal Akunt.*, vol. 2, no. 2, p. 109, 2019, doi: 10.24843/eja.2019.v28.i01.p05.
- [12] Rizky Pebrina and H. Amir, "PENGARUH PENERAPAN E-SPT, PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK Rizky," *J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 17, no. 1, pp. 1–8, 2020.
- [13] R. Wulandari, "Analisis Pemahaman Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi," *J. Bus. Bank.*, vol. 10, no. 1, p. 169, 2020, doi: 10.14414/jbb.v10i1.2298.
- [14] Tri Wahyuningsih, "Analisis Dampak Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi," *J. Sains, Akunt. dan Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 192–241, 2019, [Online]. Available: <https://www.journals.segce.com/index.php/JSAM/article/view/63/66>
- [15] E. D. Dhano, F. L. Banda, S. Kapa, and P. S. Akuntansi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Pemilik Kos Dalam Membayar Pajak Rumah Kos (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha Kos-Kosan di Kota Kupang)," *J. Ris. Ilmu Akunt.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–9, 2021.
- [16] M. Leviana, A. Adriani, and N. Norlena, "Pengaruh pengampunan pajak, pemahaman peraturan perpajakan, pemahaman akuntansi, kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak dengan preferensi risiko sebagai variabel moderating," *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 4, no. 8, pp. 3471–3488, 2022, doi: 10.32670/fairvalue.v4i8.1447.
- [17] G. Samuel, "Analisis Yuridis Tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Masyarakat Indonesia," *Risalah Huk.*, vol. 18, no. 1, pp. 63–70, 2022, doi: 10.30872/risalah.v18i1.650.

- [18] Y. A. Pravasanti and D. N. Pratiwi, "Pengaruh Kesadaran, Pemahaman, Sanksi, Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Moderating Preferensi Risiko," *J. Akunt. dan Pajak*, vol. 21, no. 02, pp. 405–411, 2021, doi: 10.29040/jap.v21i02.1738.
- [19] S. N. Fajriya and Zulaikha, "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pelaksanaan Self-Assessment, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib pajak Pelaku E-commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM di Kota Semarang)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 12, no. 4, pp. 1–15, 2023, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- [20] H. Heriyah, "Pengaruh Pelayanan Fiskus dan Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Bandung Tahun 2016)," *Ekonika J. Ekon. Univ. Kadiri*, vol. 5, no. 2, p. 243, 2020, doi: 10.30737/ekonika.v5i2.1095.
- [21] I. Hapsari, "Kepatuhan Wajib Pajak Restoran dengan Moderasi Kesadaran dan Sanksi Pajak," *JRAK J. Ris. Akunt. dan Keuang.*, vol. 11, no. 2, pp. 315–328, 2023, doi: 10.17509/jrak.v11i2.50646.
- [22] I. Fajriana et al., "Preferensi Risiko Sebagai Moderasi Media Perpajakan," vol. 9, no. 2, pp. 226–237, 2024.
- [23] P. Nur Okvinia, M. Hariasih, H. Maya, and K. Sari, "Purchasing Decision Factors In Terms of Product, Price, Location And Promotion At UMKM Pia Mahen Gempol [Faktor Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Pada UMKM Pia Mahen Gempol]," pp. 1–12, 2023.
- [24] L. A. Yusuf and I. F. Agustina, "Community Economic Empowerment in Pia Village , Kejapanan Village , Gempol District , Pasuruan Regency [Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kampung Pia Desa Kejapanan Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan]," pp. 1–8, 2019.
- [25] Ganis Anta Sari dan Widyawati, "Pengaruh Penerapan Sistem E-Billing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Variabel Moderasi Pemahaman Perpajakan," *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 8, no. 2, 2019.
- [26] V. Nilla and D. Widyawati, "Pengaruh Penerapan E-Billing, Pengetahuan Perpajakan, dan Kesadaran Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak," *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 10, no. 4, pp. 1–23, 2021.
- [27] P. P. S. E-billing and E. D. A. N. Sanksi, "Pengaruh penerapan sistem e-billing , e-filing dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak".
- [28] S. H. H. Novimildwiningrum, "Pengaruh Penerapan E-Filling dan E-Billing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Pemahaman Perpajakan dan Preferensi Risiko Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Surabaya Sawahan)," *J. Ilm. Mhs. Akunt.*, vol. 13, no. 01, pp. 158–179, 2022.
- [29] F. M. Anakotta, S. G. Sapulette, and T. E. Iskandar, "Pengaruh Penerapan E-Filling System Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Peran Relawan Pajak Sebagai Variabel Moderasi," *Account. Res. Unit (ARU Journal)*, vol. 4, no. 1, pp. 48–66, 2023, doi: 10.30598/arujournalvol4iss1pp48-66.
- [30] I. Pradnyana and P. Prena, "Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, E-Billing Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak (Kpp) Pratama Denpasar Timur. Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi), vol. 18, no. 1, pp. 56–65, 2019.
- [31] K. Fadilah and Sapari, "Pengaruh Penerapan Sistem E-Billing, E-Filing Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak," *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 9, pp. 1–15, 2020, [Online]. Available: www.spt.co.id,
- [32] A. Rahmat, L. Bulutoding, and S. Sumarlin, "Pengaruh Pengetahuan E-Filling, Sosialisasi Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Akhlak Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Kpp Pratama Makassar Selatan)," *ISAFIR Islam. Account. Financ. Rev.*, vol. 1, no. 1, pp. 12–27, 2020, doi: 10.24252/isafir.v1i1.18321.
- [33] N. Ermawati, "Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Nanik Ermawati Jurusan Akuntansi Universitas Muria Kudus," no. 2018, pp. 106–122, 2018.
- [34] F. Ismail, J., Gasim, & Amalo, "Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderasi," *J. Akunt.*, vol. Vol.5, no. No.3, pp. 11–22, 2018, [Online]. Available: <https://e-journal.unmuhkupang.ac.id/index.php/ja/article/view/156>
- [35] J. Ilmiah et al., "PENGARUH PENGGUNAAN TAPPING BOX DAN KESADARAN WAJIB PENGGUNAAN SISTEM ONLINE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Pada Wajib Pajak Hotel Yang Terdaftar Di BPKAD Kabupaten Karangasem)," pp. 538–549, 2020.
- [36] Y. Suyanto, "Jurnal Haris Prasetyo 1901030073".
- [37] H. Prasetyo, "PENGARUH PENGGUNAAN TAPPING BOX DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK RESTORAN DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Wajib Pajak Restoran Kab. Lamongan)," *Karya Tulis Ilm.*, 2022.
- [38] E. P. S. N. K. I. A. Putu Aristya Adi Wasita, "The Effect of E-Filing and E-Billing System Implementation on Individual Taxpayer Compliance with Internet Understanding as a Moderating Variable at the Badung Utara Pratama Tax Service Office," *J. Ekon. Bisnis, dan Hum.*, vol. 02, no. 01, pp. 261–270, 2023.
- [39] E. Indriyanto and Siska, "The Effect of Implementing The E-Registration System, E-Filing, And Tax Transparency on Corporate Taxpayer Compliance With Understanding Taxation As a Moderating Variable

- (Case Study on Corporate Taxpayers At KPP Pratama Jakarta Cilandak),” *COSTINGJournal Econ. Bus. Account.*, vol. 7, no. 3, pp. 5051–5061, 2024.
- [40] Fuzzi Rachmawwati, Burhanudin, and Santi Ditaviani, “1144-Article Text-16968-1-10-20220402 (1),” *Pengaruh Penerapan Sist. E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Internet Sebagai Var. Moderating*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2022, doi: 10.30656/lawsuit.
- [41] I. P. A. Dirghayusa and I. N. P. Yasa, “Pengaruh Penggunaan Tapping Box Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Dengan Pemahaman Penggunaan Sistem Online Sebagai Variabel Pemoderasi,” *JIMAT (Jurnal Ilm. Mhs. Akuntansi) Undiksha*, vol. 11, no. 3, pp. 538–549, 2020.
- [42] N. P. Mitha Pratiwi and N. K. L. A. Merkusiwati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Sanksi Pajak dan Tapping Box pada Kepatuhan Wajib Pajak Hotel,” *E-Jurnal Akunt.*, vol. 26, no. 32, p. 1357, 2019, doi: 10.24843/eja.2019.v26.i02.p19.
- [43] R. Maharani, J. Darmawan, and A. Info, “Tapping box dan kesadaran pajak terhadap penerimaan pajak dengan kepatuhan sebagai moderasi 1,2*,” vol. 01, no. 01, 2024

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.