

## PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MODERASI PROFITABILITAS

Fellycia<sup>1</sup>

WIDYA MANDALA Surabaya –Indonesia  
fellyciapek@gmail.com

Lodovicus Lasdi<sup>2</sup>

WIDYA MANDALA Surabaya –Indonesia  
lodovicus@ukwms.ac.id

### ARTICLE INFO

Article history:

Received: December 23<sup>rd</sup>, 2021

Revised: March 18<sup>th</sup>, 2021

Accepted: April 15<sup>th</sup>, 2021

JEL Classification:

Financial Accounting

### Key words:

Corporate social responsibility, firm  
value, profitability

DOI: 10.33508/jima.v10i1.3454

### ABSTRACT

*Complex company activities often cause environmental damage, especially from the waste generated from the production of goods. One form of corporate responsibility in suppressing or preventing such damage is to carry out Corporate Social Responsibility (CSR). Not only as a form of corporate responsibility, the government stipulates that CSR disclosure has become a must for every company that can provide tangible evidence of the company's participation in people's lives. CSR disclosure in practice has a positive impact on the value and image of the company itself. This study was conducted to determine how the influence of CSR by using profitability as a moderator on firm value. Manufacturing companies that have been listed on the IDX for the 2016-2019 period are taken as research objects. A total of 65 samples have been selected through purposive sampling method. The analysis related to the established hypothesis was carried out using multiple linear regression. This study concludes that CSR has a positive and significant effect on firm value, but the use of profitability as a moderator cannot influence CSR on increasing firm value.*

### PENDAHULUAN

Kehadiran suatu perusahaan didalam kehidupan masyarakat membawa sebuah dampak bagi kelangsungan hidup masyarakat. Tidak selalu memberikan dampak positif bagi masyarakat, berdirinya perusahaan dapat merusak kualitas hidup masyarakat. Kegiatan operasional perusahaan menghasilkan limbah yang beracun jika tidak diolah dengan benar. Tidak hanya menghasilkan limbah beracun penggunaan mesin untuk kegiatan produksi perusahaan dapat menimbulkan polusi udara serta adanya kerusakan lingkungan sekitar akibat adanya eksploitasi lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa aktivitas perusahaan juga memberikan dampak yang buruk bagi kesehatan lingkungan masyarakat. Hal ini disadari oleh masyarakat sehingga seringkali

masyarakat memprotes adanya pendirian suatu perusahaan yang dapat menghambat proses bisnis dari suatu perusahaan.

Dalam menekan semakin parahny kerusakan lingkungan akibat aktivitas perusahaan, perusahaan melakukan yang namanya *Corporate Social Responsibility*. CSR merupakan upaya untuk menyeimbangkan antara pemenuhan kepentingan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan melalui penjualan dengan pemeliharaan lingkungan hidup maupun fungsi sosial lainnya. Lebih lanjut pemerintah telah mengetahui adanya dampak negatif yang dirasakan oleh masyarakat sebagai akibat dari berdirinya perusahaan, sehingga menetapkan CSR sebagai hal yang wajib dijalankan oleh perusahaan.

Perusahaan perlu untuk melakukan pengungkapan CSR adanya pengungkapan CSR menjadi suatu bukti adanya kepedulian perusahaan terhadap sosial dan lingkungan tidak hanya mengejar *profit* semata. Dengan melakukan pengungkapan CSR juga memberikan citra perusahaan yang bertanggung jawab di masyarakat. Citra perusahaan yang baik akan dapat memberikan manfaat finansial bagi perusahaan. Konsumen akan lebih percaya dan tertarik untuk membeli produk dari perusahaan yang telah memiliki citra yang baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan.

Mendukung hal tersebut penerapan CSR sendiri merupakan suatu kewajiban yang ditetapkan oleh Pemerintah. Hal ini terbukti dengan adanya UU No. 40 Tahun 2007 yang mengharuskan setiap perseroan yang melakukan kegiatan bisnis di sektor yang berkaitan dengan sumber daya alam harus melakukan CSR dan adanya sanksi bagi perusahaan yang tidak menjalankan CSR dengan benar.

Menurut Rosiana, dkk (2013; dalam Yong,2015) Aktivitas CSR yang semakin banyak dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tingginya nilai perusahaan, maka semakin banyak investor yang akan melakukan investasi. Keputusan yang diambil oleh investor juga dapat memberikan dampak terhadap naik dan turunnya harga saham serta nilai perusahaan. Peningkatan harga saham berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh untuk memperkuat hubungan diantara CSR dan nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengemukakan hasil yang berbeda-beda. Bawafi dan Prasetyo (2015) menyatakan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas. Berbanding terbalik dengan pernyataan Nuryana dan Bhebhe (2019) yang menyatakan tidak adanya pengaruh diantara variabel yang telah disebutkan.

Penelitian ini akan membahas serta menganalisis lebih mendalam untuk mendapatkan kepastian yang lebih atas bagaimana pengaruh diantara CSR terhadap nilai perusahaan dengan moderasi profitabilitas. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek dari penelitian dengan ketentuan perusahaan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2019.

## KAJIAN LITERATUR

### Teori Sinyal

Teori sinyal diartikan sebagai sebuah sinyal berupa informasi yang harus diberitahukan oleh perusahaan terkait tindakan atau apa yang telah dilakukan manajemen kepada para pihak yang menggunakan laporan keuangan. Terkait sinyal yang harus diungkapkan, terdapat banyak bentuk sinyal yang dapat diberikan perusahaan seperti dengan informasi maupun promosi yang menonjolkan keunggulan perusahaan. Salah satu bentuk penyampaian informasi adalah kondisi keuangan perusahaan yang tercermin pada laporan keuangan. Informasi yang didapatkan oleh investor dari laporan keuangan dapat menimbulkan dua kondisi. Kondisi pertama terjadi ketika laporan keuangan menunjukkan adanya kenaikan laba yang memberikan sinyal baik (*good news*) kepada investor. Kondisi kedua adalah kebalikan dari kondisi pertama dimana muncul sinyal buruk (*bad news*) karena adanya penurunan laba.

Perusahaan akan selalu berupaya untuk dapat meningkatkan nilainya, salah satunya dengan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR sendiri merupakan pengungkapan terkait apa saja yang telah dilakukan masyarakat untuk membantu sosial maupun masyarakat. Pengungkapan CSR juga mampu memberikan sinyal kepada pihak di luar perusahaan untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar.

### Teori Stakeholder

Teori ini menyatakan bahwa perusahaan perlu mengupayakan

kemakmuran bagi pemiliknya atau dengan kata lain para *stakeholder* bukan hanya memakmurkan perusahaan sendiri. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi tentang apa saja yang dilakukan perusahaan kepada *stakeholder*.

Teori stakeholder memiliki hubungan dengan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Stakeholder memiliki kekuasaan untuk mengendalikan perusahaan, hal ini termasuk dengan penerapan CSR oleh perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab tidak sekedar mengejar *profit* namun bagaimana memenuhi kepentingan seluruh pemegang saham, konsumen, pegawai dan semua pihak yang terlibat dengan operasional perusahaan. (Paramita, 2013; dalam Hartanti, 2016).

#### Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosial dapat diartikan sebagai bentuk upaya perusahaan dalam menyatukan antara kepedulian sosial perusahaan kedalam siklus operasional beserta dengan interaksi pihak yang berkepentingan. CSR tidak terbatas hanya pada lingkungan masyarakat saja, namun juga terkait dengan unsur karyawan yang ada didalam perusahaan. Konsep pengungkapan CSR juga selaras dengan konsep *triple bottom line* yang menyatakan perusahaan perlu ikut berpartisipasi dalam menjaga lingkungan sebagai perwujudan kepedulian terhadap masyarakat.

Pengungkapan CSR secara umum selalu membawa nilai positif bagi perusahaan yang melakukan pengungkapan. Pengungkapan CSR secara tidak langsung menunjukkan kepedulian perusahaan tidak terbatas pada keinginan mencari laba saja namun juga menyejahterahkan masyarakat. Hal ini membuat perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan memperoleh nilai tambah dimata masyarakat. Dimana masyarakat akan selalu beranggapan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang baik berbeda dengan pesaingnya yang tidak melakukan pengungkapan CSR yang mendorong *brand image* perusahaan yang positif di masyarakat. Lebih lanjut perusahaan

dengan *brand image* yang bagus akan lebih mudah untuk memasuki pasar dan menawarkan produk baru ke masyarakat, karena masyarakat cenderung percaya pada *image* dari perusahaan yang bagus. Selain itu hal tersebut juga akan dapat memberikan jaminan keberlangsungan hidup perusahaan serta adanya apresiasi dari pemerintah atas perusahaan yang menjalankan CSR dan menjalani nilai tambah bagi perusahaan.

Pengungkapan CSR dapat diukur melalui suatu indeks yang telah ditetapkan berdasarkan standar dari Global Reporting Initiatives (GRI). Indeksi GRI membantu perusahaan dalam melakukan bagaimana tata cara pengungkapan informasi CSR dan dimana keputusan pengungkapan.

#### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang tinggi akan dikaitkan dengan kinerja yang baik oleh perusahaan. Sehingga banyak perusahaan yang memiliki tujuan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu dari sisi pendanaan, nilai perusahaan dapat menjadi patokan penetapan harga saham di bursa efek. Dari sisi masyarakat, perusahaan harus bisa mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari konsumen untuk memperoleh nilai yang tinggi dikarenakan nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai suatu perwujudan tingkat kepercayaan konsumen ke perusahaan

Nilai perusahaan menurut Putra, Kristianti dan Yudowati, 2017 adalah tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan yang dihitung sejak perusahaan mulai ada atau berdiri hingga saat ini. Berdasarkan sisi investor, nilai perusahaan dianggap sebagai nilai pasar. Nilai pasar sendiri menunjukkan kemakmuran yang didapatkan oleh *stakeholders* secara maksimal bila terjadi adanya peningkatan harga saham.

Dalam mengukur nilai perusahaan, digunakan indikator yang disebut Tobin's Q. Indikator tersebut dapat menunjukkan bagaimana kondisi pertumbuhan perusahaan saat ini, apakah mengalami pertumbuhan atau penurunan. Indikator lain terkait dengan

pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan melalui Altman Z-Score, dimana indikator tersebut memberikan informasi prediktif terkait peluang keberlanjutan perusahaan atau potensi kebangkrutan perusahaan.

### Profitabilitas

Profitabilitas menurut Putra, dkk (2017) diartikan sebagai tingkat laba yang mampu dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan jaminan adanya kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini dikarenakan profit menjadi salah satu indikator penting baik dan buruknya pengelolaan manajemen dan kinerja dari perusahaan. Profitabilitas yang baik juga menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dalam mengelola modal telah dijalankan dengan benar. Profitabilitas secara umum terdiri atas tingkat pengembalian aktiva yang di proksikan dalam rasio *return on total asset* serta tingkat pengembalian atas ekuitas yang dapat dilihat dari rasio *return on equity*.

Dalam mengukur profitabilitas, penelitian ini menggunakan alat ukur ROA. Tingkat ROA yang semakin tinggi berarti semakin efektif pula penggunaan aset dalam menghasilkan laba bagi perusahaan.

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Dalam unsur laporan tahunan yang diterbitkan oleh suatu perusahaan, perusahaan wajib menjelaskan terkait CSR yang telah dijalankan perusahaan. Perusahaan juga memberikan sinyal dalam bentuk laporan keuangan untuk investor untuk mengetahui informasi. CSR yang dilakukan perusahaan diketahui efektif untuk meningkatkan citra perusahaan di tengah masyarakat dan mampu meningkatkan penjualan karena respon positif yang didapatkan dari masyarakat. Citra perusahaan yang meningkat berjalan sebanding dengan kepercayaan investor untuk mengambil keputusan investasi. Citra perusahaan yang positif memberikan

keyakinan bahwa adanya keberlanjutan perusahaan yang stabil yang dapat menjadi pendorong bagi investor untuk mempertahankan investasinya atau memutuskan untuk berinvestasi di perusahaan.

Hal yang mendukung pernyataan tersebut adalah hasil penelitian terdahulu oleh Bawafi dan Prasetyo (2015) yang mengungkapkan adanya pengaruh terkait CSR dengan nilai perusahaan. Maka dapat hipotesis yang dapat diterapkan untuk penelitian ini adalah :

H1 : Terdapat pengaruh positif diantara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

#### Pengaruh Moderasi Profitabilitas dalam Hubungan antara Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan

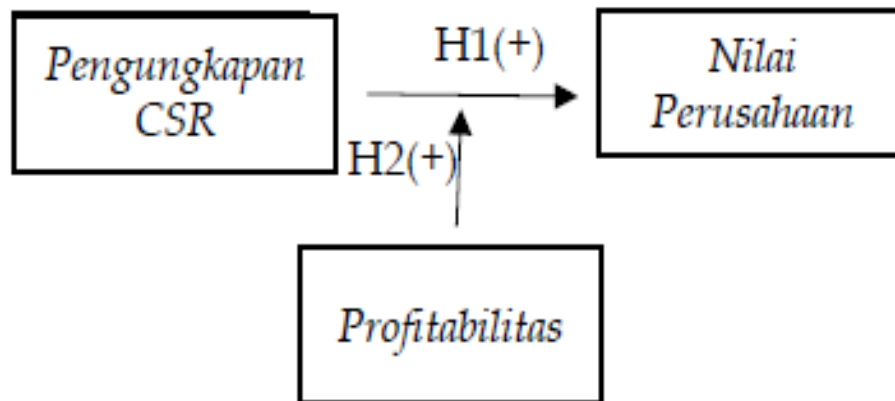
Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba di tunjukkan dalam profitabilitas. Profitabilitas perusahaan yang tinggi membuat semakin luasnya tanggung jawab sosial yang perlu dilakukan perusahaan. Teori stakeholder menjelaskan terkait tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan tidak terbatas pada *stakeholders* saja namun kepada lingkungan.

Profitabilitas yang tinggi umumnya membuat tingginya minat investor untuk melakukan investasi yang mampu meningkatkan nilai perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa perlu dilakukan pengiriman sinyal dalam bentuk informasi di laporan keuangan kepada para *stakeholders*.

Penelitian yang dilakukan oleh Oktariko (2018) memberikan dukungan atas pernyataan tersebut dimana ditemukannya keberhasilan profitabilitas untuk memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis kedua yang dapat dinyatakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

#### Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

## METODE PENELITIAN

Metode dokumentasi digunakan untuk melakukan penelitian ini. Dengan data laporan tahunan beserta laporan keuangan perusahaan manufaktur pada tahun 2016-2019 yang tercantum di BEI didapatkan melalui akses internet.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang diambil pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang tertera di BEI periode 2016-2019. Dimana sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*.

### Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel terdiri dari, variabel independen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dan variabel moderasi yaitu profitabilitas.

Pengungkapan CSR dihitung menggunakan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) yang berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Penilaian pengungkapan CSR dilakukan dengan menggunakan variabel *dummy*. Indeks pengungkapan CSR dirumuskan sebagai berikut (Oktariko dan Amanah, 2018):

$$CRSI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI<sub>j</sub> = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j  
 $\sum X_{ij}$  = Jumlah item sesungguhnya yang diungkapkan oleh perusahaan j  
 $N_j$  = Jumlah item maksimal untuk perusahaan j

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan metode Tobin's Q untuk mengetahui perbandingan rasio nilai pasar saham dengan perusahaan yang dapat dihitung dengan model sebagai berikut :

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

Keterangan:

Tobins Q = Nilai perusahaan  
 MVE = Nilai pasar ekuitas (*Closing price* saham akhir tahun x Jumlah saham yang beredar akhir tahun)

Debt = Total hutang perusahaan  
 TA = Total Aset

Variabel profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* dikarenakan ROA dapat memberikan perhitungan efektifitas perusahaan terkait meraih



profitabilitas melalui pemanfaatan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. *Return on Assets* dapat dihitung melalui rumus berikut :

$$ROA = \frac{EAT}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

EAT = Laba bersih setelah pajak

#### Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda dipilih sebagai teknik untuk menganalisis terkait pengaruh diantara variabel yang telah ditetapkan pada penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian ini juga melibatkan beberapa tahapan seperti statistic deskriptif, model persamaan regresi berganda, uji asumsi klasik yang terdiri atas tiga jenis pengujian yaitu :

1. Uji normalitas untuk melihat apakah data dalam penelitian ini telah didistribusikan secara normal yang dihitung menggunakan metode One Sample Kolmogorov Smirnof.
2. Uji Heteroskedastisitas juga dilakukan untuk melihat apakah dalam penelitian ini terjadi

heterokedasitas dan apakah model persamaan regresi yang ditetapkan dalam penelitian ini telah cukup baik. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pengujian Glesjer.

3. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam penelitian ini terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya didalam model regresi yang telah ditentukan. Pengujian ini dilakukan dengan pengujian DurbinWatson.

Setelah melakukan uji asumsi klasik , penelitian ini juga melakukan pengujian kelayakan model penelitian untuk melihat seberapa regresi dalam memperkirakan nilai aktual dengan melalui dua pengujian, yaitu : Uji koefisien determinasi dan uji statistic F.

#### Persamaan Regresi

$$Q = \alpha + \beta_1(\text{CSRI}) + \beta_2(\text{ROA}) + \beta_3(\text{CSRI})(\text{ROA}) + \varepsilon$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index*

ROA = Profitabilitas

(CSRI)(ROA) = Interaksi antara CSRI dengan Profitabilitas

$\beta_1 - \beta_3$  = Koefisien Regresi Berganda

$\varepsilon$  = Standar error (tingkat kesalahan praduga dalam penelitian)

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 1. Deksripsi Data

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Deviasi Standar
CSRI	220	0,055	0,121	0,09121	0,013777
Tobin's Q	220	0,302	3,006	1,22250	0,618650
ROA	220	0,057	0,194	0,12369	0,023797
CSRI*ROA	220	0,006	0,019	0,01128	0,002782

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Undstandardized coefficient		t	Sig.	Ket.
	B	Std. error			
(Constant)	-0,008	0,573	-1,760	0,080	
CSRI	12,481	6,813	2,008	0,046	Berpengaruh Positif
ROA	6,675	4,546	1,488	0,138	Tidak Berpengaruh
CSRI * ROA	-82,086	49,062	-1,673	0,096	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan hasil analisis data yang ada dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu :

1. Uji Normalitas.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa data penelitian telah terdistribusi secara normal karena hasil perhitungan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menghasilkan nilai yang lebih dari standar yang ditetapkan yaitu lebih besar dari 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan perhitungan melalui metode uji Glesjer ditemukan bahwa nilai heteroskedastisitas sebesar 0,633 dimana nilai tersebut telah melebihi standar minimum yang ditetapkan sehingga bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian dihitung menggunakan metode Durbin-Watson. Dimana berdasarkan hasil perhitungan diketahui tidak terjadi autokorelasi dikarenakan hasil nilai DW melebihi nilai dU serta nilai tersebut juga tidak lebih rendah dibandingkan 4-dU.

Hasil hipotesis H1 pada penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil perhitungan pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena dengan adanya informasi terkait CSR mampu memberikan sinyal positif bagi calon-calon investor. Sinyal positif yang diterima oleh calon investor

mampu memberikan kepercayaan kepada investor untuk melakukan keputusan investasi. Tingginya aktivitas investasi dapat membuat harga saham perusahaan menjadi naik. Sejalan dengan teori sinyal yang mengatakan bahwa diperlukan penyampaian informasi yang terdapat dilaporan keuangan kepada para pemilik atau *stakeholders*.

Hasil hipotesis H2 yang ditetapkan pada penelitian ini tidak dapat diterima karena variabel moderasi tidak cukup kuat mempengaruhi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Dapat ditarik kesimpulan pengungkapan CSR tidak berdampak dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan apabila profitabilitas perusahaan tinggi begitu pula sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas perusahaan terpuruk, adanya pengungkapan CSR tidak bisa menurunkan nilai perusahaan.

**KESIMPULAN**

Dari hasil analisis diatas, didapatkan beberapa kesimpulan terkait hasil penelitian ini, yaitu :

Semakin banyak informasi yang diberikan perusahaan kepada pihak external terkhusus investor, akan meningkatkan nilai perusahaan. Investor merasa lebih yakin untuk melakukan investasi apabila telah memiliki cukup informasi yang dapat meyakinkan bahwa perusahaan yang akan menjadi tempat investor melakukan investasi memiliki keberlangsungan hidup yang lama dan dapat menguntungkan. Selain itu perusahaan manufaktur dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi cenderung berhasil membuat investor melakukan investasi. Hal ini

dikarenakan pengungkapan CSR membawa dampak positif ditengah masyarakat yang dapat meningkatkan nilai penjualan dan meningkatkan laba perusahaan.

Pada penelitian ini hasil hipotesis H2 tidak dapat dibuktikan atau ditolak. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal yang memungkinkan hasil tersebut adalah objek penelitian yang dipilih dalam penelitian merupakan perusahaan yang ekonomis. Dari penelitian juga ditemukan bahwa tingginya profitabilitas tidak serta menjadikan pengungkapan CSR menjadi lebih tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan, *stakeholders* mengambil keputusan tak hanya berdasarkan pada kemampuan perusahaan secara finansial namun juga memperhatikan segi non keuangan perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bawafi, M. H., dan Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 721-730.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (edisi ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanti, N. S. (2016). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. (Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Surabaya, Indonesia). Didapat dari <http://repository.wima.ac.id/8499/>.
- Kusuma, Rr. A. W., dan Priantinah D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di ISSI dan Konvensional Periode 2014-2016. *Jurnal Nominal*, 7(2), 91-105.
- Mandaika, Y., dan Salim, H. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Tipe Industri, Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 181-201.
- Nuryana, I., dan Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Accounting and Financial Review*, 2, 142-146.
- Oktariko, B., dan Amanah, L. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(9), 1-16.
- Putra, A. A., Kristanti, F. T., dan Yudowati, S. P. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *e-Proceeding of Management*, 4(3), 2804-2810.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Suharto, C. Y. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi*. (Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Widya Mandala



Surabaya, Surabaya, Indonesia). Didapat dari  
<http://repository.wima.ac.id/13761/>.

Yong, D. A. (2015). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*. (Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Surabaya, Indonesia). Didapat dari <http://repository.wima.ac.id/4691/>.