

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan PT. Astra Internasional Tbk Periode 2017-2021

Budi Dharma

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: budidharma@uinsu.ac.id

Murni Sofiah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: murnisofiah1@gmail.com

Elsa Zulfita

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: elsazulfita93@gmail.com

***Abstract.** The Writing this article aims to analyze the effect of CSR (Corporate Social Responsibility) on the Company Value of PT. Astra Internasional Tbk in the 2017-2021 period. The research method used in this research is descriptive research method with a quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling with the sustainability report of PT. Astra Internasional Tbk for the 2017-2021 period as a sample. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the study show that CSR has no positive and significant influence on the company value (PBV) of Astra Internasional Tbk in 2017-2021, because maybe the investors compare Astra's financial ratios more than looking at its CSR reports*

***Keywords:** Astra International Tbk, Company Value, CSR*

Abstrak. Penulisan artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) terhadap Nilai Perusahaan PT. Astra Internasional Tbk pada Periode tahun 2017-2021. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik penentuan sampel yang digunakan ialah purposive sampling dengan sustainability report PT. Astra Internasional Tbk periode 2017-2021 sebagai sampelnya. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) Astra Internasional Tbk tahun 2017-2021, karena mungkin saja mayoritas investor lebih mengkomparasikan melalui rasio-rasio keuangan Astra daripada melihat laporannya.

Kata kunci: Astra Internasional Tbk, Nilai Perusahaan, CSR

LATAR BELAKANG

Pada dasarnya meningkatkan nilai perusahaan melalui pertumbuhan dan kemakmuran para pemegang saham dan pemilik perusahaan merupakan tujuan utama berdirinya perusahaan. (Puspitasari, 2019). Jika harga saham meningkat berarti nilai perusahaan dan kesejahteraan pemiliknya juga akan meningkat (Firmansyah, 2019). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan penting karena nilai perusahaan yang tinggi mengarah pada kekayaan pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan (Akbar, 2021). Nilai perusahaan yang tinggi diinginkan oleh pemilik bisnis karena nilai tinggi mewakili kemakmuran dan kesejahteraan yang tinggi bagi pemegang saham. Jika dividen tinggi maka harga saham akan cenderung tinggi, sehingga nilai perusahaan juga akan tinggi dan sebaliknya. Peningkatan nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), yang merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap strategi para pemangku kepentingannya (Katiya, 2011). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin banyak unsur pengungkapan publik dan semakin baik kualitas informasi maka semakin tinggi nilai perusahaan (Gunawan & Utami, 2008). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi kepada kelompok kepentingan tertentu dan masyarakat secara keseluruhan (Akbar, 2021). Ini memperluas tanggung jawab organisasi di luar peran tradisionalnya dalam menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, terutama pemegang saham.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Retno & Priantinah (2012) menyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Memang kualitas komunikasi CSR perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun evaluasi sangat rendah dan tidak sesuai dengan standar yang dikeluarkan oleh GRI. Oleh karena itu, sejak saat itu, kualitas pengungkapan informasi CSR menjadi faktor yang membuat CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai bisnis.

Pada dasarnya konsep CSR sendiri merupakan pemberian perusahaan kepada lingkungan sosial yang diwujudkan melalui berbagai bentuk kegiatan, baik dalam mendukung kebutuhan mendesak (charity) maupun dalam mendukung kebutuhan sosial

(Nurul, 2020). Memiliki praktik CSR yang baik setidaknya memberikan kontribusi dalam upaya mengurangi dampak negatif risiko yang timbul dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut terhadap masyarakat dan lingkungan, dengan menekan biaya operasi perusahaan, dapat meningkatkan kinerja keuangan dan citra baik dari kegiatan CSR tersebut, serta mencapai tujuan mengembangkan kesejahteraan masyarakat terhadap lingkungan serta mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat diuji dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikansi CSR terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

H_a : Terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

KAJIAN TEORITIS

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah tanggung jawab sosial bisnis untuk bertindak berdasarkan pertimbangan bisnis yang etis untuk meningkatkan ekonomi sejalan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta meningkatkan kehidupan komunitas dan masyarakat sekitar. (Hadi, 2014). Artinya semakin tinggi suatu perusahaan mendeklarasikan CSR-nya maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut (Arysta, 2021).

Perusahaan yang mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas dalam laporan tahunannya ditemukan berdampak pada volume perdagangan saham perusahaan karena lonjakan perdagangan sekitar rilis laporan tahunan, karena hal itu meningkatkan nilai perusahaan (Saedah, 2015). CSR juga memberikan kontribusi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang menguntungkan perusahaan dan pembangunan sendiri (Riyanta, 2020). Konsep CSR ini mengandung makna tanggung jawab kerjasama antara pemerintah, organisasi sumber daya masyarakat dan masyarakat setempat.

Nilai Perusahaan

Nilai suatu perusahaan pada dasarnya diukur dari banyak aspek, salah satunya adalah harga saham perusahaan tersebut, karena harga saham perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap total modal saham yang dipertahankan (Alamsyah, M. F., Malanua, 2021). Nilai perusahaan yang maksimal dapat dicapai jika pemegang saham mendelegasikan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten di bidangnya, seperti manajer dan auditor. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Kemala, 2016).

Menambah nilai bagi perusahaan merupakan suatu pencapaian yang tentunya ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan bernilai baik jika kinerjanya juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari tingginya harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan dan semakin sejahtera para pemegang saham perusahaan.

Profil Singkat

PT. Astra Internasional Tbk. Adalah sebuah konglomerat multinasional yang berkantor pusat di jalan gaya motor raya no. 8, sunter II, jakarata, indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1957 dengan nama PT Astra Internasional Inc. Seiring dengan berkembangnya usaha dan sesuai rencana ekspansi, astra menawarkan saham perdananya di bursa efek indonesia sekaligus mengubah nama menjadi PT Astra Internasional Tbk pada tahun 1990. Hingga akhir 2019, kegiatan operasional bisnis ASII tersebar di seluruh indonesia dengan 235 perusahaan, termasuk anak perusahaan, ventura bersama dan entitas asosiasi.

PT Astra International.Tbk sebagai perusahaan yang sudah go public melakukan Corporate Social Responsibility sebagai sarana pengaplikasian tanggungjawab sosial dan lingkungan. Pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan tersebut diaplikasikan dan diselenggarakan dalam public contribution roadmap yang mencakup dua area utama yaitu lingkungan, kesehatan, dan keselamatan kerja di seluruh instalasi Astra dan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan bagi masyarakat Indonesia. Dengan kegiatan inilah Astra dapat berkontribusi dalam pembangunan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif (sebab-akibat) yaitu sebuah metode yang di mana untuk mencari hubungan sebab akibat dalam suatu penelitian dalam hal ini mencari hubungan antara CSR (Corporate Social Responsibility) terhadap Nilai Perusahaan di PT. Astra Internasional, Tbk. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang menggambarkan secara objektif hasil dari suatu keadaan dengan menggunakan angka-angka. Menurut Sugiyono (2018), penelitian deskriptif adalah penelitian yang menentukan nilai suatu variabel independen, atau satu atau lebih nilai (independen) tanpa perbandingan atau hubungan dengan variabel lain.

Variabel Penelitian

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sejalan dengan pelaporan tanggung jawab sosial global berdasarkan GRI, yang terdiri dari enam bidang fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab sosial produk. Dengan rumus:

$$CSRI_i = \frac{\sum x_{yi}}{n_i}$$

Keterangan:

$CSRI_i$: indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i

$\sum x_{yi}$: nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item yang tidak diungkapkan

n_i : jumlah item untuk perusahaan i, $n_i = 91$

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel nilai perusahaan dengan perhitungan menggunakan Price to book Value (PBV), dengan rumus:

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

Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2010), “purposive sampling” adalah metode penentuan sampel penelitian dengan pertimbangan tertentu, dengan tujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. Astra International Tbk yang menerbitkan annual report dan sustainability report tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 karena untuk mengetahui berdasarkan kurun waktu lima tahun terbaru yang di mana pada tahun 2017-2018 belum terjadi pandemi covid-19, sementara tahun 2019-2021 sudah terjadi pandemi covid-19 yang tentu berpengaruh pada setiap perusahaan tak terkecuali perusahaan Astra itu sendiri. Untuk itu teknik sampel yang kami lakukan untuk mengetahui bagaimana laporan CSR PT. Astra Internasional Tbk pada saat sebelum dan sesudah pandemi covid-19.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Normalitas, Uji Korelasi, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis. Menurut Sugiyono (2017), uji normalitas menguji apakah variabel yang diteliti normal atau tidak. Menurut Sugiyono (2017), uji korelasi adalah perhitungan hubungan yang kuat antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2018) uji hipotesis /t merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi CSR Dalam Laporan Keberlanjutan

Sejak 2010 hingga 2019, astra masih menerapkan strategi triple-p roadmap sebagai panduan dalam proses transformasi menjadi kebanggaan bangsa. Triple-p roadmap merupakan kerangka strateis yang terdiri dari : (1) Portofolio roadmap sebagai panduan pertumbuhan bisnis. (2) People roadmap sebagai panduan pengembangan sumber daya manusia. (3) Public contribution roadmap sebagai panduan untuk implementasi kontribusi sosial berkelanjutan.

Astra mendukung upaya pemerintah dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan 2015-2030 atau sustainable development goals (SDGs). Strategi triple-p roadmap (portofolio, people & public contribution) merupakan bentuk kontribusi nyata Astra untuk sejahtera bersama bangsa. Dalam perjalanannya, Astra senantiasa berkomitmen untuk membangun bisnis yang berkelanjutan, dengan memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. (Setianingrum, 2015). Dalam implementasinya keduanya dijabarkan menjadi kebijakan, target yang terukur, kriteria serta prosedur pelaksanaan yang dirangkum dalam Astra Green Company (AGC) dan Astra Friendly Company (AFC).

Program CSR PT. Astra Internasional, Tbk

Hasil pengamatan yang telah dilakukan dalam pengungkapan CSR, sesuai dengan standar pelaporan keberlanjutan GRI dengan 91 indikator dapat dilihat pada Lampiran Tabel 1.

Hasil persentase pengungkapan indikator-indikator yang telah dilaporkan sebagai berikut: secara **global** laporan CSR Astra Internasional Tbk tertinggi di tahun 2017-2021 adalah kategori lingkungan dengan persentase 12%, 18,6%, dan 23% dikarenakan kategori lingkungan memiliki 11 indikator yang terpenuhi dalam laporan keberlanjutan yakni, bahan, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, efisien dan limbah, produk dan jasa, transportasi, Asesmen Pemasok Atas Praktik Ketenagakerjaan, mekanisme pengaduan masalah lingkungan. Keseimbangan lingkungan adalah salah satu faktor penting yang menjadi fokus utama bagi Astra Internasional, lewat CSR Astra membentuk Astra Green Company (ACG) yang bertanggung jawab terhadap masalah lingkungan.

Selain itu persentase laporan CSR Astra Internasional Tbk terendah adalah kategori tanggung jawab atas produk dengan persentase sebesar 1%, ini dikarenakan pada laporan keberlanjutan Astra tidak menerangkan secara spesifik dari indikator yang ada dan tidak menjelaskan indikator tersebut kedalam laporan keberlanjutan sehingga kategori tersebut tidak diterapkan pada laporan CSR.

Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Berdasarkan Lampiran Tabel 2, hasil uji validitas menunjukkan bahwa sig. Pada P2017, P2018, P2019, P2020, dan P2021 bernilai sama yaitu 0,000, artinya nilai sig. $0,000 < \text{dari } 0,05$ maka 91 Indikator GRI pada pengujian CSR PT. Astra Internasional Tbk dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan Lampiran Tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai pada Cronbach Alpha yaitu $0,864 > \text{dari } 0,6$. Artinya Priode 2017-2021 pada variabel CSR dengan menggunakan 91 indikator CSR dinyatakan reliabel atau konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Berdasarkan Lampiran Tabel 4, hasil uji normalitas dengan menggunakan One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test diketahui nilai signifikansi $0,200 > \text{dari } 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b) Uji Autokorelasi

Berdasarkan Lampiran Tabel 5, hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Run Test, diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu $0,913 > \text{dari } 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi, sehingga analisis regresi linear dapat dilanjutkan.

c) Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Lampiran Tabel 6, hasil uji heterokedastisitas dengan Glejser menunjukkan bahwa nilai sig. pada CSR yaitu $0,914 > \text{dari } 0,05$. Artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Korelasi

Berdasarkan Lampiran pada Tabel 7. Dari hasil perhitungan tersebut maka didapat nilai korelasi sebesar -0,254. Dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang berlawanan, dimana nilai variabel x rendah, maka nilai variabel y tinggi, artinya hasil CSR rendah maka nilai perusahaan akan tinggi (PBV).

5. Uji Regresi

a) Uji R

Berdasarkan Lampiran Pada Tabel 8, perhitungan tersebut diketahui nilai koefisien sebesar 6,4%, artinya variabel CSR memberikan kontribusi sebesar 6,4% terhadap variabel nilai perusahaan (PBV). Sedangkan sisanya 93,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai R yaitu 0,254, hal itu menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang Rendah antara CSR dengan Nilai Perusahaan (PBV).

b) Uji T

Berdasarkan Lampiran Pada Tabel 9, perhitungan tersebut dapat diketahui nilai t hitung $-0,455 < t_{\text{tabel}} 3,18$. Maka h_0 diterima h_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap nilai perusahaan (PBV).

Pembahasan

Dari hasil analisis data yang telah disajikan pada tabel 9 bahwa uji hipotesis menunjukkan nilai $t_{hitung} -0,455 < t_{tabel} 3,18$ dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hasil penelitian tersebut tidak mendukung hipotesis yang diajukan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan CSR terhadap nilai perusahaan (PBV), maka kesimpulan yang di dapat bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan PBV sebagai nilai ukur perusahaan oleh wahyuni (2018) dan yuvianita, dkk (2022) serta hasil penelitian ini berlawanan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh sulastiningsih (2018). Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar atau kecilnya hasil pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, itu menunjukkan bahwa astra masuk top 5 di blue chip sebagai salah satu perusahaan besar tapi tidak masuk pada data Srikehati yang merupakan indikator pergerakan harga saham di bursa efek indonesia. Perusahaan atau investor juga kurang memperhatikan tanggung jawab sosial yang ada dalam perusahaan. Dilihat dari hasil pengungkapan CSR oleh perusahaan terjadi ketidak konsistenan dari priode 2017-2021 dan variabel CSR yang tidak dapat diukur secara langsung dikarenakan perusahaan memiliki caranya sendiri dalam melaksanakan/mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas bahwa CSR dan PBV memiliki hasil yang berlawanan, dimana semakin kecil pengungkapan CSR maka nilai perusahaan tinggi. Artinya CSR tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) Astra Internasional Tbk tahun 2017-2021, karena mayoritas investor hanya melihat dari faktor keuangan.

Berdasarkan hasil diatas, maka saran yang bisa diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar memberikan variabel lainnya dalam pengungkapan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan memberikan pengukuran lainnya dalam nilai perusahaan seperti menggunakan PER, Tobin's Q, EPS, dan lainnya.

2. Bagi perusahaan Astra Internasional Tbk agar terus meningkatkan tanggung jawab sosial secara konsisten dan lebih baik, dengan hal itu dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat atau pemangku kepentingan bagi perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan Terima Kasih kepada Dosen Pembimbing dari mata kuliah Analisis Laporan Keuangan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan arahan dalam menyelesaikan hasil penelitian ini sebagai tugas akhir.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, R. (2021). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, Vol. 16, N*, 215–226.
- Alamsyah, M. F., Malanua, W. (2021). Pengaruh Investment Opportunity Set, Corporate Social Responsibility, Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, Volume 11*,.
- Arysta, A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi, Vol. 31, N*, 1845–1866.
- Firmansyah, D. (2019). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi, Vol. 30, N*, 163–178.
- Gunawan & Utami. (2008). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Urnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 7, No*.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility* (G. Ilmu. (ed.)).
- Katiya, A. (2011). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 15, N*, hlm 1-12.
- Kemala, A. (2016). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Aplikasi Manajemen. Vol. 14, No. 2., Vol. 14, N*.
- Nurul, D. S. (2020). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal AJAR, Vol. 03, N*, 219–235.
- Priantinah, R. &. (2012). Pengaruh GCG dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal., Vol. 1*.
- Puspitasari, E. (2019). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional Ekonnomi Dan Bisnis Dewantara, Call For P*, 29–40.

- Riyanta, D. (2020). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *JRAMB.*, Vol. 6, No.
- Saedah, Z. (2015). *Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating.*
- Setianingrum, W. A. (2015). *Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.* Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B.* Alfabeta.
- Sulastiningsih & Sholihati, R. . (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kajian Bisnis*, Vol. 26, N, 95 – 111.
- Wahyuni, F. S. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister*, Vol 1, No., 109–117.
- Yuvianita, M. D. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *Jiap*, Vol 2 (2)(E-Issn 2776-1835 P-Issn 2774-9517.), Hal: 138 – 150.