



Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

I Gusti Ayu Agung Ratna Kusuma Dewi ¹, Gerianta Wirawan Yasa ²

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Korespondensi penulis : ratnakusuma928@yahoo.com

ABSTRACT. *The purpose of this study, namely: to determine the influence of profitability in mediating the effect of Corporate Social Responsibility disclosure on firm value. This study uses a quantitative approach with an associative form which aims to explain the effect of the CSR disclosure variable on firm value with profitability as the intervening variable. This research was conducted on mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2021 period. The population in this study was 78 companies. The samples in this study were all companies that are members of the mining sector on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2021 period and met the sample collection criteria. The method of determining the sample used in this study is non-probability with a purposive sampling technique which is carried out by taking samples from the population based on certain criteria. This study uses the Partial Least Square data analysis technique using Smartpls. This study uses data analysis techniques which include measurement models or outer models and structural models or inner models. The results of the analysis show that profitability as an intervening variable is able to increase company value when the company discloses CSR. Implications of this research show that positive signals received by investors will provide a positive response which can increase profitability.*

Keywords: CSR Disclosure, Profitability, Firm Value

ABSTRAK. Tujuan penelitian ini, yaitu: untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dalam memediasi pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility pada nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bentuk asosiatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel pengungkapan CSR pada nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Populasi dalam penelitian ini adalah 78 perusahaan, sampel dalam penelitian ini ialah seluruh perusahaan yang konsisten tergabung dalam sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021 serta memenuhi kriteria pengumpulan sampel. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probabilitas dengan teknik purposive sampling yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Partial Least Square dengan menggunakan Smartpls. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang meliputi model pengukuran (measurement model) atau outer model dan model struktural (structural model) atau inner model. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel intervening mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Implikasi dalam penelitian ini menunjukkan sinyal positif yang diterima investor akan memberi respon positif yang mampu meningkatkan profitabilitas.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR, Profitabilitas, Nilai Perusahaan .

PENDAHULUAN

Sebagai suatu entitas bisnis, perusahaan dibangun dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek ialah mencari keuntungan yang maksimal, sedangkan tujuan jangka panjang adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan (Mardi et al., 2019). Nilai yang tinggi harus dimiliki oleh perusahaan di mata masyarakat, calon investor, pemegang saham, konsumen, dan bank karena nilai perusahaan merupakan gambaran dari baik buruknya

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan kinerja perusahaan (Wahyuningsih, 2019). Perusahaan dengan kemampuan bersaing dan unggul tentunya harus mempertahankan eksistensinya melalui kinerja yang baik. Hal tersebut dapat dicerminkan dari melihat nilai perusahaan (Sihombing et al., 2020).

Menurut Massie (2017), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor jika perusahaan tersebut dijual dan dapat mencerminkan asset yang dimiliki perusahaan. Nilai perusahaan dijadikan tolak ukur keberhasilan bagi manajemen perusahaan sehingga kepercayaan dan kesejahteraan pemegang saham meningkat yang di mana kondisi tersebut akan meningkatkan harga saham yang terlihat dipasar modal dan mencerminkan tingginya nilai perusahaan (Yanti & Darmayanti, 2019). Jika harga saham semakin tinggi, maka nilai perusahaan juga semakin baik (Yanti & Darmayanti, 2019). Tingginya harga saham akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga dapat memberikan sinyal positif kepada para investor bahwa modal yang mereka tanamkan akan mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang.

Fenomena penurunan harga saham dapat dilihat pada perusahaan pertambangan di mana pada tahun 2019, berdasarkan liputan pada Kontan.co.id-Jakarta, indeks sektor pertambangan tumbuh negatif 12,83%. Beberapa faktor yang menyebabkan indeks sektor ini tumbuh negatif. Analisis Henan Putihrai Sekuritas Liza Camelia Suryanata menilai, anjloknya kinerja indeks sektor pertambangan tidak bisa lepas dari turunnya harga batubara sepanjang 2019. Hal ini diakibatkan oleh berlebuhnya pasokan (*supply*) batu bara di pasar global. Di sisi lain analisa Artha Sekuritas Nugroho, Rahmat Fitriyanto menilai pergerakan indeks sektor pertambangan diperberat oleh emiten-emiten batu bara karena harga batubara yang turun signifikan pada 2019, dan menyebabkan harga jual dan margin ikut tertekan. Fenomena lain yang dilansir dari Jakarta, CNBCIndonesia, pandemik global mempengaruhi permintaan batu bara dan membuat harga batu bara menyusut. Dengan menurunnya harga batu bara yang membuat harga saham pada perusahaan pertambangan batu bara juga ikut menurun, dan hal itu dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Adanya fenomena penurunan harga saham pada beberapa perusahaan sektor pertambangan yang terdapat di BEI pada periode pengamatan tentu perlu menjadi perhatian khusus. Karena dengan adanya penurunan harga saham perusahaan dapat merubah citra atau pandangan terhadap nilai perusahaan tersebut yang akan berdampak pada minat para investor terhadap perusahaan.

Menurut Safira dan Widajantie (2021) perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan karena pengungkapan Corporate Social Responsibility berkaitan dengan bagaimana etika perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya agar

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan dapat mengurangi dampak negative yang ditimbulkan. Tidak hanya sekedar trend, tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility (CSR)) mempunyai peran yang penting bagi entitas bisnis untuk dapat dipahami esensi dan manfaat yang diberikan (Wahyuni, 2018). Dalam penelitian Karina dan Setiadi (2020) menyebutkan bahwa keberlanjutan perusahaan dapat dicapai jika perusahaan merubah kontrak sosialnya dengan cara memposisikan diri sebagai bagian dari sistem sosial dan politik. Jika perusahaan mengungkapkan pelaksanaan CSR dalam jangka panjang, maka adanya rasa penerimaan dari masyarakat mampu memberikan keuntungan berupa peningkatan nilai perusahaan (Sari, 2021).

Perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar terhadap stakeholder, baik internal maupun eksternal. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR merupakan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya melalui pemberian informasi (Erawati & Sari, 2021). Pelaksanaan CSR di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007. Wajib hukumnya bagi perseroan terbatas (PT) terutama yang berkaitan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam untuk melakukan pengungkapan aktivitas social, akan tetapi untuk item pengungkapan CSR masih bersifat sukarela. Hal ini mengindikasikan jika di Indonesia, pengungkapan CSR wajib hukumnya.

Timbulnya banyak permasalahan yang disebabkan karena perusahaan didirikan di tengah-tengah masyarakat, mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR agar dapat menilai perusahaan terkait pengelolaan dan pengontrolan yang dilakukan terhadap lingkungan dan sosial perusahaan sehingga wajib bagi perusahaan menaati hukum yang ada dan standar etika dalam berbisnis (Evriadi, 2020). Dalam Rahmanda (2019) juga memaparkan permasalahan-permasalahan dalam bidang ekonomi dan sosial seperti, pemanasan bumi, globalisasi, teknologi informasi yang semakin berkembang, dan iklim demokrasi yang terlalu pesat, mendorong perusahaan untuk melakukan CSR yang kemudian dilaporkan dalam bentuk laporan keberlanjutan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa investor dan stakeholders menilai perusahaan tidak hanya dari keuntungannya semata, melainkan bagaimana etika perusahaan itu dalam berbisnis juga menjadi penilaian mereka. Melalui pengungkapan CSR yang dilaporkan perusahaan, diketahui bahwa seluruh aspek kegiatan perusahaan telah mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan baik dan mampu menunjukkan aktivitas perusahaan sudah sesuai norma masyarakat sehingga dapat memperoleh legitimasi (Sari, 2021).

Elkington (1999) memperkenalkan konsep triple bottom line dan menjelaskan bahwa penting bagi perusahaan untuk melihat profit, planet, dan people. Bhebhe dan Nuryana, 2019 menyebutkan bahwa perusahaan yang hanya meletakkan orientasinya pada keuntungan cenderung memiliki image perusahaan yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang berorientasi pada 3P (profit, planet, dan people). Jika perusahaan memiliki image yang rendah, calon investor tidak akan tertarik untuk membeli saham perusahaan sehingga harga saham akan menurun yang membuat penurunan juga terhadap nilai perusahaan (Mustofa & Suaidah, 2020).

Variabel independen pengungkapan CSR dipilih peneliti karena tidak sedikit perusahaan yang hanya ingin mengejar keuntungan tanpa memerhatikan keadaan sekitarnya, padahal saat ini keuntungan bukan lagi menjadi satu-satunya aspek yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Aspek lain yang juga harus diperhatikan ialah aspek sosial dan lingkungan tempat perusahaan menjalankan aktivitas operasionalnya. Sulbahri (2021) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR merupakan suatu keunggulan kompetitif perusahaan. Artinya perusahaan harus memiliki etika dalam berbisnis dan salah satu cara untuk mewujudkan dapat dengan melaksanakan CSR kemudian dilaporkan untuk memberikan informasi kepada pengguna informasi, sehingga terdapat relevansi antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Kepercayaan masyarakat akan meningkat jika perusahaan mampu melaporkan kegiatan CSR dan memberikan informasi agar para pengguna laporan mampu mengambil keputusan serta perusahaan juga akan mampu memperluas akses perusahaan untuk menembus pangsa pasar yang baru.

Profitabilitas merupakan suatu hal yang penting dalam keputusan untuk berinvestasi karena dapat digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen dari suatu perusahaan secara menyeluruh yang dapat dilihat dari besar kecilnya keuntungan yang diperoleh (Sanjaya & Rizky, 2018). Profitabilitas menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki seperti asset, modal, karyawan, atau penjualan untuk menghasilkan laba. Menurut Nurrahman et al. (2021), dalam jangka panjang profitabilitas sangat penting keberadaannya guna kelangsungan suatu bisnis karena dapat mencerminkan prospek dari perusahaan di masa yang akan datang. Sudana (2015) profitabilitas yang tinggi mampu menarik investor dalam menanamkan saham pada perusahaan karena return yang diharapkan akan tercapai. Profitabilitas yang mengalami peningkatan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga hal tersebut dapat dijadikan sinyal bagi perusahaan untuk menarik para pemilik modal agar dapat berinvestasi di perusahaannya (Dewi & Abundanti, 2019).

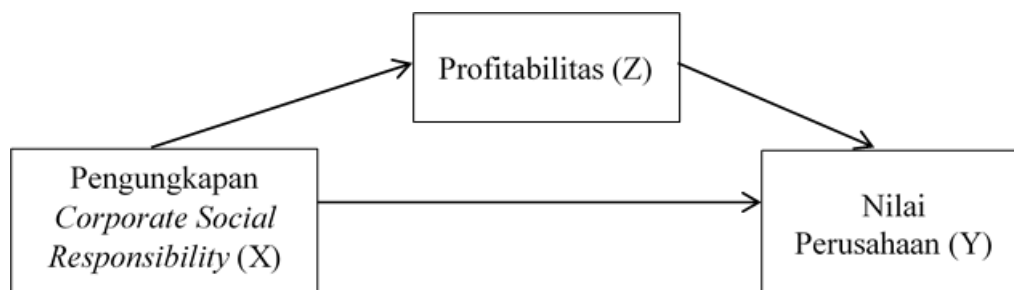
Penelitian terdahulu terkait dengan pengungkapan CSR, profitabilitas, dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun menunjukkan hasil inkonsistensi. Pengungkapan CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang penting untuk dilaksanakan guna memberikan informasi sehingga dapat menunjang peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu mengenai topik ini, Puspitasari & Ermayanti (2019), Sulbahri (2021), dan Rahmantari (2021) melalui penelitiannya menerangkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian Anggraini & Hariyati (2021) dan Mustofa (2021) yang menerangkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Selain untuk meningkatkan nilai perusahaan, pengungkapan CSR juga memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Penelitian terkait pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas juga telah banyak dilakukan dan menunjukkan hasil inkonsistensi. Penelitian Solikhah (2022) mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR terhadap profitabilitas berpengaruh positif karena ketika perusahaan melakukan pengungkapan CSR, perusahaan akan menjaga kualitas produk yang dihasilkan sehingga konsumen akan tertarik dengan produk tersebut dan tentunya dapat menambah loyalitas konsumen dalam membeli produk. Berbeda halnya dengan penelitian Sasanti et al. (2022) yang menyebutkan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas karena pengungkapan bersifat sukarela sehingga tidak sepenuhnya dilaksanakan.

Penelitian Akmalia et al. (2017) menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena investor melihat profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan dapat diartikan sebagai prospek yang baik di masa mendatang sehingga investor akan berlomba membeli saham dari suatu perusahaan yang akan diikuti oleh meningkatnya nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariani (2018), profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, di mana profitabilitas yang semakin besar akan meningkatkan nilai perusahaan karena besarnya nilai ROA menggambarkan bahwa tingkat pengembalian yang diterima investor akan tinggi, sehingga calon investor akan tertarik untuk membeli saham. Adrianingtyas (2019) dan Suyanto & Risqi (2022) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lesmana et al. (2020) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Mengingat pentingnya nilai perusahaan bagi semua pihak, internal maupun eksternal perusahaan serta adanya research gap yang mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan sehingga peneliti termotivasi untuk meneliti “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening” pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2023

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021 dengan cara pengambilan data laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan pada website resmi perusahaan dan mengakses website resmi BEI. Objek dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019-2021 yang diduga dipengaruhi oleh pengungkapan Corporate Social Responsibility dan dimediasi dengan profitabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah 78 perusahaan. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probabilitas atau nonrandom dengan teknik purposive sampling

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah data penelitian agar data menjadi lebih sederhana sehingga lebih mudah untuk diinterpretasikan dan mudah untuk dibaca (Sugiyono, 2017: 243). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Partial Least Square dengan menggunakan SmartPLS. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang meliputi model pengukuran (*measurement model*) atau *outer model* dan model structural (*structural model*) atau *inner model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

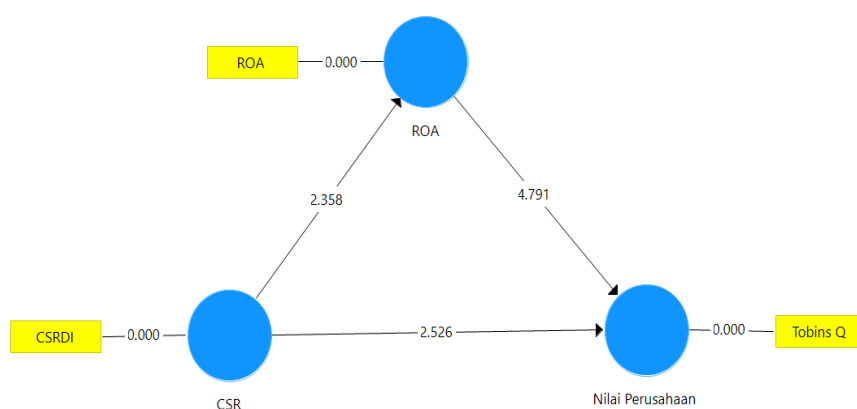
Keterangan	Tobins Q	CSRDI	ROA
Rata-rata	4,1385	0,1682	0,0769
Standar Error	2,0227	0,0026	0,0217
Standar Deviasi	16,4325	0,0214	0,1759
Minimum	0,5111	0,1319	-0,3159
Maksimum	113,2095	0,2088	0,8602
N	66	66	66

Berdasarkan hasil pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobins Q memiliki nilai minimum sebesar 0,5111 yang dimiliki oleh PT Darma Henwa Tbk. pada tahun 2020, sedangkan nilai maksimum sebesar 113,2095 yang dimiliki oleh PT. Samindo Resources Tbk. pada tahun 2020. Nilai rata-rata sebesar 4,1385 dan nilai standar deviasi sebesar 16,4325. Nilai rata-rata yang lebih rendah dari standar deviasi menunjukkan jika varian data dalam penelitian tergolong tinggi.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR yang diproksikan dengan CSRDI memiliki nilai minimum sebesar 0,1319 yang dimiliki oleh PT. Bukit Asam Tbk. pada tahun 2019, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,2088 yang dimiliki PT. Adaro Energy Indonesia Tbk. pada tahun 2020. Nilai rata-rata sebesar 0,1682 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0214. Nilai rata-rata yang lebih tinggi dari standar deviasi menunjukkan jika data dalam penelitian berdistribusi dengan baik.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memiliki nilai minimum sebesar -0,3159 yang dimiliki oleh PT. Borneo Olah Sarana Sukses pada tahun 2021, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,8602 yang dimiliki PT. Resource Alam Indonesia Tbk. pada tahun 2019. Nilai rata-rata sebesar 0,0766 dan nilai standar deviasi sebesar 0,1759. Nilai mean yang lebih rendah dari standar deviasi menunjukkan jika varian data dalam penelitian tergolong tinggi.

Gambar 2. Uji Bostraping



R-Square

Untuk melihat model struktural menggunakan PLS, terlebih dahulu melihat *R-Square* yang menunjukkan ukuran varians dari laten endogen yang merupakan kekuatan prediksi dari *inner model*. Untuk melihat apakah variabel laten eksogen memiliki pengaruh substantif terhadap variabel laten endogen dapat dijelaskan dengan melihat perubahan nilai *R-Square*. Disimpulkan bahwa model dengan nilai R-Square 0,75 (kuat), 0,50 (moderate), dan 0,25 (lemah) (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 2 Hasil Uji R Square

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Tobins Q	0,301	0,279
ROA	0,041	0,027

Berdasarkan tabel 2 nilai *R-Square* sebesar 0,279. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 27,9% variabel Tobins Q dapat dijelaskan oleh variable ROA dan CSRDI dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel pada penelitian ini sebesar 72,1%.

F-Square

Pengujian ini bertujuan untuk melihat kelayakan model. *F-Square* menginterpretasikan apakah prediktor dari variabel laten memiliki pengaruh pada tingkat struktural. Menurut (Ghozali, 2011), nilai *F-Square* 0,02 (lemah), 0,15 (medium), dan 0,35 (besar).

Tabel 3 Hasil Uji F-Square

	CSRDI	Tobins Q	ROA
CSRDI		0,116	0,043
Tobins Q			
ROA		0,231	

Berdasarkan tabel 3 nilai *F Square* sebesar 0,231. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel laten yaitu ROA memiliki pengaruh yang besar dalam hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai probabilitas. Menurut Ghozali (2016: 99), jika menggunakan probabilitas dengan alpha 5%, $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis diterima.

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar d Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value s
CSRDI -> Tobins Q	0,374	0,365	0,126	2,978	0,003
CSRDI -> ROA	0,204	0,207	0,086	2,358	0,019
ROA -> Tobins Q	0,410	0,406	0,086	4,791	0,000
CSRDI -> ROA -> Tobins Q	0,084	0,084	0,040	2,107	0,036

Hasil pengujian masing-masing hipotesis berdasarkan hasil *path coefficient* Tabel 4. dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama menguji apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan table 4 menunjukkan bahwa pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan memiliki nilai original sampel 0,374 dengan signifikan 0,003 lebih kecil dari $< 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan jika pengungkapan CSR semakin luas, maka nilai perusahaan akan meningkat. Sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa agar data memenuhi ekspektasi dan diakui oleh stakeholder, organisasi akan memilih mengungkapkan informasi terkait kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual secara sukarela melebihi permintaan wajibnya (Rokhlinsari, 2016). Stakeholder ialah pihak yang paling memengaruhi serta dipengaruhi baik secara langsung atau tidak atas segala aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Akibat yang ditimbulkan jika perusahaan tidak memperhatikan stakeholdernya, perusahaan akan mendapatkan protes dan stakeholder menganggap perusahaan tidak memiliki legitimasi (Adelina, 2021).

Terdampaknya image suatu perusahaan, entah itu baik ataupun buruk akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas dari para stakeholdernya. Loyalitas tersebut nantinya berpengaruh terhadap nilai dari suatu perusahaan, yang artinya semakin tinggi tanggung jawab yang diberikan perusahaan oleh para stakeholdernya maka dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil ini didukung penelitian dilakukan oleh Puspitasari dan Ermayanti (2018) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayem (2019), Uy & Hendrawati (2020), Adelina & Azra (2021), Rahmantari (2021), dan Sulbahri (2021) yang mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Hipotesis kedua menguji apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap profitabilitas memiliki nilai original sampel 0,204 dengan signifikan 0,019 lebih kecil dari $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka profitabilitas juga akan meningkat. Sesuai dengan teori stakeholder dan teori sinyal yang menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan stakeholders dengan memberikan sinyal berupa laporan yang berbentuk informasi, mampu berinovasi, serta menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi stakeholders serta mampu menjaga kesinambungan nilai tambah yang sudah diciptakan (Wahyudi & Busyra, 2011:82).

Perusahaan melakukan pengungkapan CSR merupakan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Erawati & Sari, 2021). Rosdwianti (2016) menjelaskan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan berdampak pada peningkatan dari kinerja ekonomi suatu perusahaan, seperti: penjualan yang meningkat, adanya legitimasi pasar, peningkatan jumlah investor di pasar modal, serta dapat meningkatkan nilai bagi kesejahteraan pemegang saham. Perusahaan yang mampu menciptakan produk baru yang berpihak pada keadaan masyarakat maupun keramahan lingkungan akan mampu menarik perhatian masyarakat untuk membeli produknya. Heryanto dan Juliarto (2017) menyatakan Booth dan Harris telah melakukan survei pada tahun 2001 dan mengemukakan bahwa mayoritas konsumen tidak akan tertarik pada suatu produk yang di mana perusahaan penghasil produk tersebut memiliki citra buruk atau negative di masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dengan melakukan pengungkapan CSR oleh perusahaan, maka perusahaan dapat menjaga hubungan baik perusahaan dengan para stakeholdernya yang di mana sesuai dengan teori stakeholder yang menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan stakeholders dengan memberikan laporan berupa informasi, mampu berinovasi serta menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi stakeholders serta

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan mampu menjaga kesinambungan nilai tambah yang sudah diciptakan (Wahyudi dan Busyra, 2011: 82).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki nilai original sampel 0,410 dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya jika profitabilitas pada suatu perusahaan meningkat, maka akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori sinyal, masalah asimetri informasi perusahaan mendorong dikembangkannya teori ini. Cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi masalah asimetri informasi yaitu dengan meningkatkan pemberian sinyal informasi dari pihak yang memiliki informasi lebih banyak kepada pihak yang kurang memiliki informasi yang dalam hal ini adalah stakeholder (Morris, 1987). Dalam hal ini, pihak manajemen memberikan sinyal informasi melalui laporan keuangan perusahaan yang mereka publikasikan dengan menerapkan kebijakan akuntansi yang baik dan benar dengan keuntungan yang lebih berkualitas. Ayu dan Suarjana (2017) mengungkapkan jika profitabilitas yang terdapat dalam laporan keuangan meningkat, artinya kinerja dari suatu perusahaan semakin baik dan hal tersebut mencerminkan kekayaan investor semakin besar dan prospek yang diberikan perusahaan untuk kedepannya semakin menjanjikan.

Hasil ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Muliani tahun 2014 menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan mampu meningkatkan kepercayaan investor dalam menamakan modal. Karena aktiva didanai oleh penanam modal maka profitabilitas yang tinggi dapat memberikan ukuran dalam pengembalian kepada penanam modal tersebut (Nurpadilah, 2015).

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai *Variabel Intervening*

Hipotesis keempat menguji apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Berdasarkan table 4 menunjukkan bahwa pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas memiliki nilai original sampel 0,084 dengan signifikan 0,036 lebih kecil dari $< 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan melalui profitabilitas. Artinya bahwa profitabilitas sebagai variable intervening mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Sejalan dengan teori sinyal, perusahaan yang mengungkapkan lebih banyak perusahaan melakukan pengungkapan CSR akan memberikan sinyal positif kepada para stakeholder dan shareholdersnya. Sinyal positif yang diterima stakeholder akan memberikan respon positif berupa kepercayaan dan diterimanya produk yang dihasilkan perusahaan tersebut sehingga mampu untuk menciptakan keuntungan dan *Return On Asset* atau ROA (Milayati & Subardjo, 2015). Tidak hanya respon positif dari stakeholder, respon positif shareholder dapat dirasakan pula oleh perusahaan berupa peningkatan dari pergerakan harga saham. Jika harga saham semakin tinggi, maka nilai perusahaan juga semakin baik (Yanti & Darmayanti, 2019).

Hasil penelitian Rahmi et al., 2019, pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu meningkatkan kinerja keuangan sehingga nilai perusahaan juga meningkat sejalan dengan hasil penelitian Akmalia et al., 2017 yang menjelaskan bahwa variabel ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tobin's Q.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut: Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang telah dibuktikan dari hasil penelitian. Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang telah dibuktikan dari hasil penelitian. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang telah dibuktikan dari hasil penelitian. Profitabilitas mampu memediasi pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan yang telah dibuktikan dari hasil penelitian.

Berdasarkan simpulan di atas, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Bagi manajemen perusahaan untuk dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR dalam laporan perusahaan serta lebih memperhatikan aspek kualitas (kompetensi dan integritas) di samping aspek kuantitas. Dengan memperbaiki tingkat pengungkapan CSR diharapkan hal tersebut akan berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan. Bagi Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), diharapkan untuk dapat membentuk standar pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau CSR baik dalam laporan tahunan maupun dalam laporan terpisah secara jelas dan tegas bagi perusahaan khususnya yang sudah go public, sehingga dapat mendorong pengungkapan CSR dengan baik dan tingkat kepatuhannya dapat diukur secara seragam. Bagi

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek penelitian atau meneliti seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memperpanjang periode penelitian sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil yang lebih komprehensif yang dapat menggambarkan kondisi pengaruh pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

REFERENSI

- Adelina, F. & Azra, F. I. (2021). Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(3), hal 583-598.
- Adrianingtyas, D.A., & Agus Sucipto. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 2(2), hal 23-30.
- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang : UB Press.
- Akmalia, A., et al. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015). *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 8(2), hal 200-221.
- Anggraini, Eline Rosa & Hariyati. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Intellectual Capital sebagai Variabel Moderasi. *FPA: Jurnal Akuntansi, Bisnis, dan Ekonomi*, 1(1), hal 21-31.
- Apriyanti. (2015). Profitabilitas dan Corporate Sosial Responsibility Pada Perusahaan High dan Low Profile. *Skripsi*. Universitas Udayana.
- Ardila, I., & Fadhila, N. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 200-210
- Ardiyanto, T & H. Haryanto. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), pp. 337-351.
- Brigham, E. F. dan J.F. Houston. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Edisi Empat Belas*. Salemba Empat. Jakarta.
- Dhani, I. P., & Utama, A. G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2(1).

- Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. M. (2020). Analisis Nilai Perusahaan dengan Model Rasio Tobin's Q. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 4(1), hal. 46–55.
- Dzikir, A., Syahnur, S., & Tenriwaru, T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Atma Jaya Accounting Research (AJAR)*, 3(02), hal 219-235.
- Erawati, T & Sari, L. I. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Subsektor Food and Beverage yang Tercantum di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *Jurnal Analisa Akutansi dan Perpajakan*, 5(1), hal 45-59.
- Evriadi, Vega Agustin. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, dan Gender Diversity Eksekutif Terhadap Firm Value pada Perusahaan Sektor Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018. Skripsi thesis*, Universitas Pancasakti Tegal.
- Firmansyah, A., Aktaviana, N., & Apriliani, D. (2021). Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Study Empiris 4 Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), hal 42-53.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Dipone-goro Semarang.
- Gulu, A.A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Neraca Agung*, 10(2), hal 13-20.
- Hakiki, Arista., Mukhtaruddin, Ubaidillah, Kencana Dewi, & Nopriyanto (2019). Good Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as Moderating Variable. 3(1), hal 55-64.
- Harningsih, S., Agustin, H. & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*. 1(2), hal 199-209.
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Grasindo.
- Hidayati, E. E. (2010). Analisis Pengaruh DER, DPR, ROE, dan Size Terhadap PBV Perusahaan Mnufaktor Yang Listing Di BEI Periode 2005-2007. *Jurnal Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro*.
- Jogiyanto, H.M. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. Edisi 6. Yogyakarta : BPFE.

- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *JRAMB*, 6(1), 37–49.
- Kurniati, S. (2019). Stock Returns and Financial Performance as Mediation Variables in The Influence of Good Corporate Governance on Corporate Value. *Corporate Governance (Bingley)*, 19(6), pp. 1289–1309.
- Mariani, Desy & Suryani. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 - 2015). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), hal 59-78.
- Mardi, Hermanto, Erna W. (2019). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility (CSR). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(2), hal 1518-1544.
- Meiyana, A. & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nominal*. 8(1), hal 1-18.
- Massie, Juan V., Parengkuan T., dan Rosalina A. M. K. (2017). Analisis Finansial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan- Perusahaan Consumer Goods Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2016). *Jurnal EMBA*, 5(3), hal 4485-94.
- Mulyawati, Sri. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi dilakukan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013). *Prosiding Penelitian SPESIA*.
- Mustofa, N & Suaidah, Y. M. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2017-2019). *Jurnal Cendekia Akuntansi*, 1(2), hal 31-41.
- Nuryana, I & Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Accounting and Financial Review*, 2(2), hal 142-146.
- Ogachi, Daniel & Zeman Zoltan. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value Protection. *International Journal of Financial Studies*.
- Permatasari, M. P. & Setyastrini, N. L. P. (2019). Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Negara Maju dan Berkembang Bukti Empiris Teori Legitimasi dan Teori Stakeholder. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 5(1), hal 01-03.
- Pujarini, Fitriani. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 4(1), pp 1-15.

- Putri, Z. B. & Budiyanto, B. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3).
- Puspitasari E. & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *Prosiding Snebdewa*, 1(1), hal 29-40.
- Prastuti, C. M., & Budiasih, I. G. A. N. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Intellectual Capital Pada Kinerja Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), hal. 1365–1393.
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 95-103.
- Qi, Qin., *et al.* (2022). Continuous Cash Dividends, Ownership Structure And Firm Value: Evidence From Chinese A-Share Market. *Plos One*.
- Rahmanda, S. N. (2019). Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Naskah Publikasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 77.
- Rengga, Andreas. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan-Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2000 – 2013. *Jurnal Magister Manajemen*, pp.1-15.
- Revaliana, F.R & Budiwitjaksono, G.S. (2022). CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), HAL. 324-335
- Rini, K. D. S & Mimba, N. P. S. H. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set dan Struktur Modal pada Nilai Perusahaan. *E-jurnal Akuntansi*, 28(3), hal 2019-2034.
- Rinsman, T. C. S. & Prasetyo, A. B. (2020). *The Effects of Financial and Environmental Performances on Firm Value with Environmental Disclosure as an Intervening Variable*. *JDA*. 12(2), pp 90-99.
- Ronald, Sam (2019). Corporate Social Responsibility as Economic Mechanism for Creating Firm Value. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*. 3(1), hal 22-34.

- Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan
- Rokhlinasari, Sri. (2016). Teori-teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Kampung Jurnal IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, hal. 1-11.
- Rutin (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*,6(1), hal. 126-142.
- Sahbandi, J. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2016). *Skripsi*. Universitas Mercubuana Yogyakarta.
- Sari, W. M. C. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure dan Kinerja Lingkungan Pada Kinerja Keuangan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Udayana.
- Sastrawan, I Made Dwi. 2016. Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Good Corporate Governace Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(11), hal. 1-32.
- Sihombing, (2020). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan dan Akuntansi)*, 8(2), hal. 59-67.
- Setiawan, A. A. & Daromes, F. E. (2019). Total Quality Management sebagai Mekanisme Pendorong Competitive Advantagedan Inovasi untuk Mencapai Kinerja Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Real Estate. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 26(1), hal. 70-81.
- Sintyana, I.P. H. & Artini L. G. S (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(2), hal. 7717-7745.
- Sudiyatno, B., & Puspitasari, E. (2010). Tobin's Q Dan Altman Z- Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan (Tobin's Q and Altman Z-Score as Indicators of Performance Measurement Company). *Kajian Akuntansi*, 2(1), hal. 9-21.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyani, R., Ulum, I. & Jati, A. W. (2019). Pengaruh Tekanan Stakeholder dan Corporate Governance Terhadap Kualitas Sustainability Report. *Jurnal akademi akuntansi*, 2(2), hal. 71-92.
- Sulbahri, Rifani Akbar. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), hal. 215-226.
- Susenohaji. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Atas Pengungkapan (Disclosure) Tanggung Jawab Lingkungan Perusahaan Pada Perusahaan (Studi Empiris Penerapan Regulasi Pada Perusahaan Go Public). *Pendidikan Vokasi*. hal. 1-22.

- Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan
Smithers. Andrew dan Wright. Stephen., (2013). *Valuing Wall Street*. McGraw Hill.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 83(3), 355-374.
- Triani. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderating Di Perusahaan Manufaktur Industri Subsektor Basic Industry And Chemicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Utama, S. M. (2016). *Aplikasi Analisis Kuantitatif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Denpasar: C.V. Sastra Utama.
- Uy, W.S. & Hendrawati, H. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Liability*. 2(2), hal. 87-108.
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. (2011). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: SETARA Press.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), hal. 109-117.
- Wahyuningsih, Dwi. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI periode 2014 -2016). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wirawati, N. G. P., Putri, I. G. A. M. A. D., & Badera, I. D. N. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pengungkapan Lingkungan, dan Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), hal. 2417– 2427.
- Yanti, I G. A. D. N. & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), hal. 2297-2324.
- Yuliana, A. P. & Dwi Artati. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(5), hal. 628-645.
- Yunus Handoko. (2014). Implementasi Social and Environmental Disclosure dalam Perspektif Teoritis. *Jurnal JIBEKA*, 8(2), hal. 74