

CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Fanesa Rena Revaliana¹, Gideon Setyo Budiwitjaksono²
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur^{1,2}
fanesarena@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu PLS (*Partial Least Square*). Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dan diperoleh 48 sampel dalam 3 tahun penelitian. Hasil penelitian menunjukkan, variabel CSR dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan hasil *p values* $0,007 < 0,05$ dan $0,000 < 0,05$. Kinerja keuangan sebagai variabel mediasi pun memiliki pengaruh dalam memediasi CSR dan nilai perusahaan dengan nilai *p values* sebesar $0,021 < 0,05$. Namun, hasil yang ditunjukkan oleh *p values* sebesar $0,707 > 0,05$ yaitu CSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Simpulan,

Kata kunci: CSR, *Food and beverage*, Kinerja keuangan, Nilai perusahaan

ABSTRACT

This research aims to examine the the effect of Corporate Social Responsibility on Firm Value with financial performance as an intervening variabel in food and beverage sub sector manufacturing listed on Indonesia Stock Exchange for the 2018-2020 period. The research method used PLS (Partial Least Square). The technique used to determine the sample in this research is purposive sampling and obtained 48 samples for 3 years research. The result showed, CSR and financial performance variables had an effect on firm value with p values of $0.007 < 0,05$ and $0.000 < 0.05$. Financial performance as a mediating variable also has an influence in mediating CSR and firm value with p values of $0.021 < 0.05$. However, the result shown by p values of $0.707 > 0.05$ showed that CSR has no effect on financial performance. Conslusion,

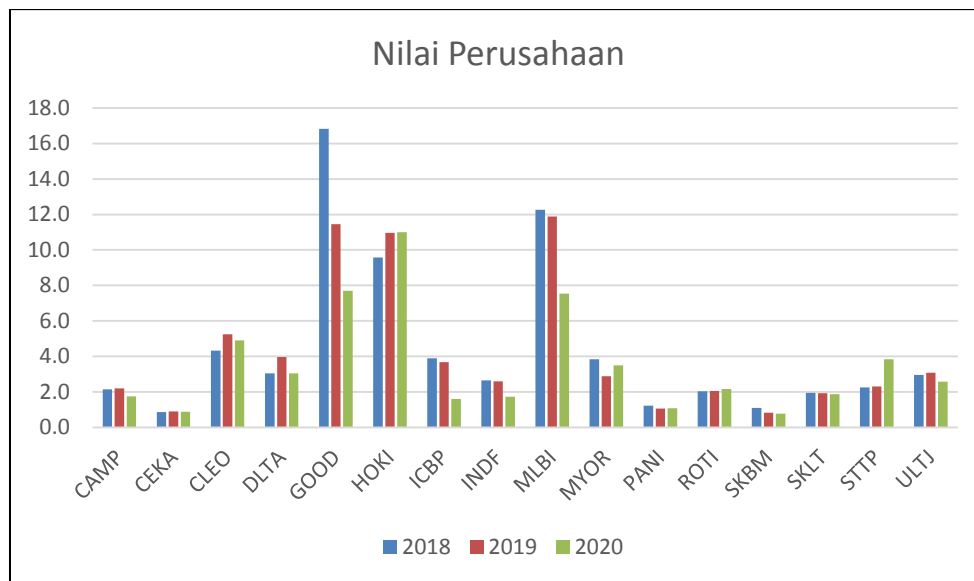
Keywords: CSR, *Food and Beverage*, Firm Value, Financial Performance

PENDAHULUAN

Tujuan didirikannya perusahaan yaitu memperoleh keuntungan maksimal. Namun selain memperoleh keuntungan yang maksimal perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk memedulikan lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab dalam memedulikan lingkungan sekitarnya ini sesuai dengan konsep *triple bottom line* yang berbunyi tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (*profit*), memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian

alam (*planet*) (Wibisono, 2007).

Dalam mengelola perusahaan yang baik salah satu faktor pendukung yang paling penting adalah nilai perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka akan dipandang baik oleh investor maupun calon investor sehingga investor maupun calon investor akan berlomba-lomba untuk berinvestasi di perusahaan tersebut guna mendapatkan (*return*) yang diharapkan. Nilai perusahaan yang baik bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan menjadi sorotan bagi investor maupun calon investor. Investor maupun calon investor lebih tertarik kepada perusahaan yang memiliki nilai yang baik dikarenakan investor maupun calon investor akan mendapatkan kesejahteraan yang akan diterima dari perusahaan tersebut. Terdapat suatu realitas berdasarkan grafik di bawah ini.



Gambar 1. Data Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* Periode 2018-2020

Berdasarkan grafik diatas terdapat 16 perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. Titik terendah penurunan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Pratama Abadi Nusa Industri (PANI) dengan nilai sebesar 1,1. Namun, demikian terdapat juga beberapa perusahaan yang mengalami kenaikan nilai yaitu pada Siantar Top dimana nilai perusahaan berada di titik 3,8 pada tahun 2020 dari titik 2,2 pada tahun 2018. Selain itu, terdapat beberapa perusahaan yang memiliki nilai statis yaitu PT Buyung Poetra Sembada (HOKI) yang memiliki nilai sebesar 9,6 pada tahun 2018 dan nilai sebesar 11 pada tahun 2019 & 2020. Penurunan yang paling intens terjadi pada PT Garuda food Putra Putri Jaya (GOOD) yaitu sebesar 16,8 pada

tahun 2018 dan turun menjadi 7,7 pada tahun 2020.

Berdasarkan laman resmi dari PT Garuda food Putra Putri Jaya ditunjukkan bahwa penerapan CSR pada tahun 2018 sebanyak 2 program saja yaitu berupa pemberian seminar dan bantuan trauma terapi bagi korban gempa di Palu. Pada tahun 2019 PT Garuda food Putra Putri Jaya menerapkan 16 program CSR berupa seminar, trauma terapi lanjutan, dan pemberdayaan kampung wirausaha di area Jabodetabek oleh PT Garuda food Putra Putri Jaya. Pada tahun 2020 PT Garuda food hanya menerapkan 3 program CSR diantaranya terapi trauma pada korban banjir di Banten dan pembagian alat Kesehatan berupa masker dan *hand sanitizer*.

Berdasarkan fenomena diatas sebagian besar kondisi perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverage* sedang kurang optimal dikarenakan terdapat penurunan nilai perusahaan khususnya pada tahun 2020. Nilai perusahaan yang baik akan meningkat tiap tahunnya dikarenakan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan dan menyejahterakan para pemegang saham (Suwardika & Mustanda, 2017). Tetapi realitas yang dihadapi adalah terjadinya penurunan nilai perusahaan yang mana kurang sesuai dengan teori dimana nilai perusahaan yang baik akan meningkat tiap tahunnya. Maka dari itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi adanya penurunan nilai perusahaan yaitu CSR dan kontribusi kinerja keuangan.

Penerapan CSR penting diterapkan di dalam perusahaan dikarenakan perusahaan merupakan bagian dari masyarakat yang mana wajar apabila perusahaan memikirkan kepentingan masyarakat, perusahaan dan masyarakat seharusnya memiliki simbiosis mutualisme dimana kedua belah pihak saling menguntungkan dan penerapan CSR merupakan salah satu cara untuk menghindari konflik sosial (My, 2017). CSR diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperoleh pengakuan sosial dikarenakan investor cenderung tertarik pada perusahaan yang telah menerapkan CSR dibandingkan pada perusahaan yang belum menerapkan CSR.

Kinerja keuangan yang baik berperan dalam meningkatkan investasi dan harga saham. Kinerja keuangan yang baik akan memberikan sinyal positif terhadap investor dalam melakukan investasi (Handayani, 2019). Kinerja keuangan juga berhubungan dengan peningkatan nilai perusahaan dikarenakan kinerja keuangan yang baik akan mendatangkan banyak investor yang akan berinvestasi sehingga menyebabkan nilai perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham meningkat (Oktayani et al., 2021).

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang penting diterapkan didalam perusahaan untuk menunjang nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan oleh (Santoso, 2021) bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hakim et al., (2019) bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan CSR dalam suatu perusahaan juga memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Korompis & Wirajaya (2019) bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmi et al., 2019) yang menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan adanya inkonsistensi penelitian karena adanya kesenjangan (*gap*) yang terjadi pada penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian serta didukung dengan beberapa jurnal di atas terlihat bahwa terdapat kesenjangan penelitian mengenai pengaruh CSR dan kinerja keuangan ke nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukan kajian untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel *intervening* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018- 2020.

KAJIAN TEORI

Teori Legitimasi

Teori ini menerangkan bahwa perusahaan akan terus melangsungkan kegiatan operasionalnya dalam lingkup dan norma masyarakat sehingga perusahaan harus memastikan aktivitasnya diterima oleh masyarakat tempat perusahaan berada (Rahmi et al., 2019). Teori ini sesuai dengan penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. CSR diterapkan karena perusahaan mengikuti norma dan aturan masyarakat yang berlaku serta perusahaan tidak hanya berorientasi pada laba sehingga masyarakat akan lebih tertarik padaperusahaan yang menerapkan CSR dibandingkan perusahaan yang tidak menerapkan CSR.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan konsep yang belum memiliki definisi yang secara universal diterima oleh lembaga, namun menurut *World Business Council for Sustainable*

Development CSR merupakan tanggung jawab dari pelaku bisnis untuk memiliki perilaku etis serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi bagi karyawan, masyarakat, dan komunitas lokal (Simaremare & Gao, 2018). Dalam mengukur penerapan CSR suatu perusahaan terdapat Indeks yang digunakan yaitu indeks GRI G4. GRI G4 merupakan standar pelaporan terbaru yang diterbitkan oleh GRI pada tahun 2013. GRI G4 merupakan standar pembaruan terbaru dari G3 yang membantu perusahaan dalam menyajikan informasi penting terkait isu-isu yang paling kritis (Faiqoh & Mauludy, 2018).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan keadaan tertentu suatu perusahaan yang telah diperoleh dikarenakan adanya kepercayaan dari masyarakat sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini (Denziana & Monica, 2016). Nilai perusahaan merupakan hal primer yang perlu diperhatikan bagi investor dikarenakan nilai perusahaan merupakan indikator bagi investor dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Total hutang sering dikaitkan dengan nilai perusahaan dikarenakan hutang dihubungkan dengan teori *trade off* dimana semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan dengan hutang maka semakin tinggi juga perusahaan akan berisiko mengalami kesulitan keuangan diakibatkan total bunga yang terlalu besar (Rahayu & Sari, 2018). Aset merupakan salah satu faktor yang juga mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan cara manajemen dalam mengelola aset dan mengendalikan perusahaan akan membuat nilai perusahaan meningkat (Rahayu & Sari, 2018).

Kinerja Keuangan

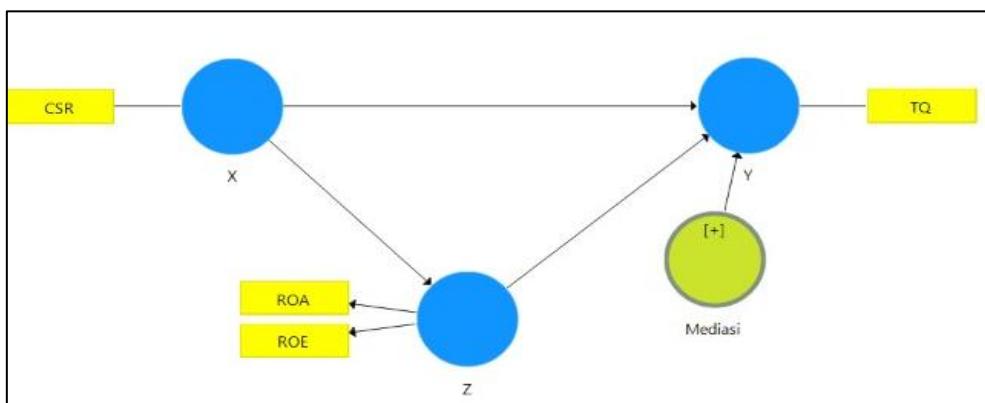
Kinerja keuangan merupakan suatu parameter yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan laba dan penjelasan kegiatan operasional perusahaan dalam satu periode (Simaremare & Gao, 2018). Kinerja keuangan dapat diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). ROA dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. ROE memiliki arti yaitu perbandingan antara laba bersih dan ekuitas (Hermawan et al., 2021)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat (Y), satu variabel bebas (X), dan satu variabel tidak langsung (Z). Dalam variabel bebas (X) yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility*. Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Sedangkan variabel tidak langsung (Z) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*.

HASIL PENELITIAN

Model Struktural pada penelitian dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Model Struktural

Analisis *Convergent Validity* pada penelitian dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Hasil Perhitungan *Convergent Validity*

	Kinerja keuangan	CSR	Moderasi	Nilai perusahaan
CSR		1.000		
ROA	0.955			
ROE	0.961			
Nilai Perusahaan				1.000
Mediasi			1.176	

Convergent validity digunakan untuk menilai refleksi dari tiap indikator terhadap variabelnya. Batas nilai *loading* 0,50 maka cukup, 0,60 maka moderat dan diatas 0,70 maka tinggi. Diketahui pada tabel 1 hasil *convergent validity* untuk tiap

variabel paling tinggi sebesar 1.176 dan paling rendah 0.955. Hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai variabel $> 0,70$ sehingga model konstruk yang dimiliki tinggi.

Analisis *Discriminant Validity* pada penelitian dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2.
Hasil Perhitungan *Discriminant Validity*

	Kinerja keuangan	CSR	Moderasi	Nilai perusahaan
Kinerja keuangan	0.958			
CSR	-0.065	1.000		
Mediasi	0.504	-0.120	1.000	
Nilai perusahaan	0.435	0.232	0.332	1.000

Outer model selanjutnya yaitu *discriminant validity* yang digunakan untuk membandingkan korelasi antar konstruk. Sama halnya dengan *convergent validity*, nilai *discriminant validity* memiliki range nilai dimana $> 0,50$ termasuk rendah, $> 0,60$ termasuk moderat dan $> 0,70$ termasuk tinggi. dalam tabel 4.2 yang disajikan dapat dilihat jika hasil *discriminant validity* memiliki nilai paling kecil sebesar 0,958 yang artinya $> 0,70$. Dengan demikian, dapat disimpulkan jika seluruh konstruk memiliki nilai yang tinggi.

Analisis *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* pada penelitian dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3
Hasil Perhitungan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kinerja keuangan	0.957	0.911
CSR	1.000	1.000
Moderasi	1.000	1.000
Nilai perusahaan	1.000	1.000

Composite reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas tiap variabel. Dimana jika *composite reliability* dan *cronbach's alpha* memiliki nilai $> 0,70$ maka model tersebut memiliki nilai konstruk yang tinggi serta reliabel. Dalam tabel 4.4 berikut, dijelaskan jika nilai keduanya memiliki nilai terendah sebesar 0,957 dan 0,911 dimana nilai tersebut $> 0,70$ yang artinya model konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Analisis Inner Model atau *Goodness of Fit* pada penelitian dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4
Hasil Perhitungan *R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Nilai perusahaan	0.282	0.233

Hasil nilai *R square* diketahui sebesar 0,282 atau sebesar 28%. Adapun nilai asumsi yang dimiliki adalah 0,75, 0,50 dan 0,25 yaitu kuat, moderat dan lemah. Karena nilai yang dimiliki sebesar 0,282 maka dapat disimpulkan jika variabel yang dimiliki mampu menjelaskan nilai perusahaan secara lemah. Jadi 72% lainnya dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Analisis *Path Coefficients* pada penelitian dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5
Hasil Perhitungan *Path Coefficients*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standar Deviation (STDEV)</i>	T Statistic	P Values
CSR → Nilai perusahaan	0.360	0.356	0.102	2.705	0.007
CSR → Kinerja keuangan	-0.065	-0.064	0.173	0.377	0.707
Kinerja keuangan → Nilai perusahaan	0.278	0.272	0.103	3.532	0.000
Mediasi → Nilai perusahaan	0.156	0.149	0.067	2.318	0.021

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan bahwa CSR terhadap nilai perusahaan memiliki nilai t-statistik 2,705 > 2,021. Selain itu, nilai p values yang dihasilkan sebesar 0,007 < 0,05. Maka CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, pengaruh CSR terhadap Kinerja keuangan menunjukkan adalah t-statistik sebesar 0,377 lebih kecil dari 2,021. Disamping itu, nilai p values yang diperoleh sebesar 0,707 dimana lebih besar dari 0,05. Hasil 0,377 < 2,021 dan 0,707 > 0,05 menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh Kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil jika t-statistik menghasilkan nilai 3,532 yang artinya lebih besar dari 2,021 dengan nilai p values sebesar 0,000 lebih kecil dibanding 0,05. Hasil tersebut menunjukkan $3,532 > 2,021$ dan $0,000 < 0,05$ yang berarti kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kinerja Keuangan dapat memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dikarenakan hasil menunjukkan nilai t-statistik sebesar $2,318 > 2,021$ dengan p values sebesar $0,021 < 0,05$.

PEMBAHASAN

CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan *croporate social responsibility* merupakan komitmen yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kehidupan karyawan serta masyarakat, sehingga apabila perusahaan seringkali menjalankan kegiatan CSR maka akan semakin baik citra yang dimiliki oleh perusahaan. Ketika masyarakat dapat menerima keberadaan perusahaan dengan baik maka citra perusahaan akan meningkat dan hal tersebut sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan yang dimiliki. Apabila nilai perusahaan semakin baik maka akan semakin tinggi minat investor dalam menanamkan modalnya. Oleh karena itu, semakin baik perusahaan dalam menjalankan kegiatan CSR maka akan semakin baik nilai perusahaan yang dimiliki.

Kinerja keuangan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan berdasarkan hasil uji analisis yang telah dilakukan diketahui t-statistik sebesar $3,532 >$ dari t-tabel sebesar 2,021 dan p values yang dimiliki sebesar $0,000 <$ dibandingkan 0,05. Sehingga apabila kinerja keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan semakin baik maka akan semakin baik juga nilai perusahaan yang dimiliki. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Novitasari & Krisnando (2021) yang menyatakan bahwa dimana semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki suatu perusahaan maka akan semakin baik nilai perusahaan tersebut.

Kinerja keuangan juga dapat memediasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan dikarenakan ketika kinerja keuangan yang dimiliki perusahaan baik, maka peluang untuk perusahaan menjalankan kegiatan CSR akan semakin tinggi. Hal tersebut juga akan sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan yang dimiliki nantinya.

Sehingga ketika kinerja keuangan baik maka pengaruh perusahaan dalam meningkatkan pengungkapan CSR akan semakin tinggi dan nilai perusahaan nantinya akan semakin baik.

Namun CSR dibuktikan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dikarenakan pengungkapan CSR merupakan upaya yang dilakukan perusahaan agar memiliki citra yang baik. Sehingga kegiatan CSR menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar citra yang dimiliki tetap baik dan hal tersebut tidak mempengaruhi baik buruknya kinerja keuangan yang dimiliki. Karena baik perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik maupun tidak, kegiatan CSR harus tetap berjalan agar citra perusahaan semakin baik dimata masyarakat serta investor. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Rosdwianti et al., (2016) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas yang merupakan bagian dari kinerja keuangan pada perusahaan listing di Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan smart PLS bahwa *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan juga mampu memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Namun, penerapan perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Denziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tergolong Lq45 di BEI Periode 2011-2014). *JURNAL Akuntansi & Keuangan*, 7(2), 241-254. <http://dx.doi.org/10.36448/jak.v7i2.758>
- Faiqoh, S., & Mauludy, M. I. A. (2018). Penerapan Gri-G4 Sebagai Pedoman Baku Sistem Pelaporan Berkelanjutan Bagi Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 16(2), 111–118. <https://doi.org/10.19184/jauj.v16i2.7260>
- Handayani, R. S. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(01), 2443–2466. <https://ejournal.unisi.ac.id/index.php/jam/article/view/689>

- Hermawan, S., Purwaningsih, V., & Nirwana, N. Q. S. (2021). Can the Internal Locus of Control as a Moderating Variables on the Effect of Three Intelligence on Financial Accounting Understanding?. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 173, 162-174. http://eprints.umsida.ac.id/8799/1/2021%20-%20Hermawan%20et%20al.%20Can_the_Internal_Locus_of_Control_as_a_Moderating.pdf
- Korompos, K. I. P. H., & Wirjaya, I. G. A. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan pada Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 21(1), 1-28, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/28303>
- My, M. (2017). *Mengapa Perusahaan Harus Melakukan Corporate Social Responsibility (CSR)?*. <https://accounting.binus.ac.id/2017/06/14/mengapa-perusahaan-harus-melakukan-corporate-social-responsibility-csr/>
- Novitasari, R., & Krisnando, K. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 18(2), 71-81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Nur Hakim, L., Lestrari, S., Widiastuti, E., & Dewi, M. K. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Pro Bisnis*, 12(2), 2442–4536. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>
- Oktayani, D., Hakim, L., & Susilawati, S. (2021). Analisis Kinerja Keuangan dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 14(2), 359-372. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak/article/download/559/433>
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *IKRAITH-HUMANIORA*, 2(2), 69–76. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>
- Rahmi, Y. Y., Indrayeni, & Wijaya, R. S. (2019). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017. *Jurnal Menara Ilmu*, 13(3), 158–167. <https://doi.org/10.33559/mi.v13i3.1230>
- Rosdwianti, M. K., Dzulkirom, M. A. R., & Zahrih, Z. A. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), 16-22. <https://media.neliti.com/media/publications/87326-ID-pengaruh-corporate-social-responsibility.pdf>
- Santoso, B. T. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) , Kepemilikan Institusional , Kepemilikan Manajerial . *Jurnal ARASTIRMA*, 1(2), 226–238. <http://dx.doi.org/10.32493/arastirma.v1i2.12361>
- Simaremare, H. R., & Gao, R. L. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 157–174. <http://dx.doi.org/10.32493/arastirma.v1i2.12361>
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan,

Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *NE-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
<http://dx.doi.org/10.32493/arastirma.v1i2.12361>

Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia