

## **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Tahun (BEI) 2020-2022**

**Yulisa Manda Akousa<sup>\*</sup>, Sri Fadilah**

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*mandakousa@gmail.com, srifadilah71@gmail.com

**Abstract.** This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the value of primary consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2020-2022. CSR measurement uses GRI Standards 2021 indicators and measurement of company value using the Price To Book Value (PBV) ratio. The research method used is a descriptive verification method with a quantitative approach. The data source in this study comes from secondary data obtained from annual reports and sustainability reports on each company's website. This study used purposive sampling technique and obtained a sample of 13 companies. The results showed that Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure has an effect on Firm Value.

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure, Firm Value.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022. Pengukuran CSR menggunakan indikator *GRI Standards* 2021 dan pengukuran nilai perusahaan menggunakan rasio *Price To Book Value* (PBV). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan secara kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh dari *annual report* dan *sustainability report* pada masing-masing *website* perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan mendapatkan sampel sebanyak 13 perusahaan. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

**Kata Kunci:** *Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan.*

## A. Pendahuluan

Perusahaan atau korporasi sektor barang konsumen primer merupakan korporasi yang aktivitas bisnisnya mengacu pada kegiatan memproduksi dan mendistribusikan produk kebutuhan primer, sektor ini memberikan kontribusi terbesar terhadap perekonomian nasional sehingga menjadi alternatif investor untuk berinvestasi, hal tersebut mendorong korporasi sektor barang konsumen primer untuk senantiasa mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat digambarkan sebagai aspek penilaian kinerja aktivitas perusahaan yang tercerminkan oleh adanya harga saham perusahaan. Rasio *Price To Book Value* (PBV) yang menunjukkan nilai semakin tinggi menyiratkan seberapa jauh sebuah perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap total modal yang diinvestasikan (Utomo, 2019:51).

Seiring dengan perkembangan bisnis yang begitu pesat, membuat setiap perusahaan bersaing untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan yang menyebabkan perusahaan melakukan eksploitasi berlebihan terhadap masyarakat, karyawan, dan sumber-sumber alam sehingga kehidupan manusia dapat terganggu. Ketidakseimbangan yang terjadi antara elemen masyarakat, lingkungan, dan perusahaan akan membuat keberlangsungan perusahaan menjadi terancam.

Ayat yang menjelaskan terkait wajibnya menjaga lingkungan dan sosial terdapat dalam QS. Al-Araf Ayat 56. Oleh karena itu, setiap perusahaan seharusnya juga menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan serta memperlihatkan tanggung jawab lingkungan dan sosialnya melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Agustine, 2014:1).

Pengungkapan CSR dapat dipersepsikan sebagai salah satu alat untuk memperlihatkan rasa tanggung jawab perusahaan terhadap keberadaan sosial dan lingkungan dengan cara melakukan penggabungan isu-isu lingkungan dan isu-isu sosial ke dalam aktivitas atau kegiatan operasional korporasi (Fadilah S, 2009). Pada praktiknya masih terdapat korporasi di Indonesia yang tidak pernah melaporkan CSR misalnya pada perusahaan sawit yang bertempat di Kutai Barat (Nursandy, 2022)

Berdasarkan fenomena tersebut, pada penelitian Puspitasari & Ermayanti (2019) mengungkapkan bahwa sebuah perusahaan yang secara konsisten setiap tahunnya mengungkapkan laporan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan tersebut terjadi karena adanya pelaksanaan CSR yang menjadikan *image* dan nama perusahaan semakin baik sehingga loyalitas konsumen meningkat dan berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Teori sinyal berdasarkan Nasution et., al (2019:154) menyatakan bahwa informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan akan memberikan sebuah sinyal bagi investor untuk berinvestasi, sehingga untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan diharuskan mempublikasikan informasi-informasi yang bersifat positif seperti melakukan pengungkapan CSR pada setiap tahunnya untuk mengirimkan sinyal positif kepada investor.

Berlandaskan pada pendahuluan yang disebutkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Tahun 2020-2022?”. Merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Tahun 2020-2022.

### **Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Dalam pengertian sempit, CSR dikategorikan sebagai suatu aktivitas donasi yang dilaksanakan oleh perusahaan dan dalam pengertian luas CSR dapat dipersepsikan sebagai suatu mekanisme penggabungan isu lingkungan dan isu sosial ke dalam aktivitas operasional perusahaan (Fadilah S, 2009). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menyatakan bahwa CSR merupakan bentuk komitmen bisnis untuk berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan melalui kerja sama dengan karyawan-karyawan perusahaan termasuk keluarga karyawan, dan masyarakat setempat untuk memaksimalkan kualitas kehidupan.

GRI *Standards* 2021 merupakan pelengkap standar pelaporan CSR yang dipublikasikan

pada tahun-tahun sebelumnya. Indikator yang diungkapkan dalam *GRI Standards 2021* terdiri atas standar *general disclosures* dan *material topics*. Rumus perhitungan pengungkapan CSR sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \quad \dots(1)$$

Keterangan:

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan

X<sub>ij</sub> = jumlah item yang diungkapkan perusahaan

n<sub>j</sub> = total item pengungkapan yang seharusnya diungkapkan perusahaan

Perhitungan pengungkapan CSR menggunakan pendekatan *dikotomi* melalui variabel *dummy* yaitu memberikan nilai 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan informasi/item yang seharusnya diungkapkan berdasarkan indikator *GRI Standards 2021* dan memberikan nilai 1 apabila perusahaan telah mengungkapkan informasi/item sesuai dengan indikator yang terdapat dalam *GRI Standards 2021*.

### Nilai Perusahaan

Apabila sebuah perusahaan diibaratkan sebagai barang, maka nilai perusahaan merupakan merupakan harga jual dari barang yang akan dijual tersebut. Pada dasarnya konsep nilai perusahaan menggambarkan nilai kekayaan bersih dari pemilik perusahaan sehingga peningkatan nilai perusahaan adalah tujuan utama dari pemilik perusahaan.

Menurut Ningrum (2022:20) nilai perusahaan dapat diartikan sebagai gambaran kinerja suatu perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham yang terbentuk karena adanya penawaran dan permintaan pasar modal. Nilai perusahaan yang sering dicerminkan dengan harga saham menggambarkan kepercayaan *public* termasuk para investor terhadap perusahaan sehingga *public* pada umumnya akan membayar dengan harga lebih tinggi dengan harapan untuk mendapatkan *return* yang tinggi pula.

Menurut Weston dan Copelan (2010) dalam Ningrum (2022:21) mengemukakan bahwa nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus *Price To Book Value* (PBV) yang merupakan suatu rasio yang dapat membantu investor menilai suatu emiten.

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai Buku Per lembar Saham (NBVS)}} \quad \dots(2)$$

$$NBVS = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \quad \dots(3)$$

Keterangan:

PBV = *Price To Book Value*

NBVS = Nilai buku perlembar saham

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan secara kuantitatif, adapun data-data yang akan diteliti berasal dari data sekunder. Data-data sekunder didapatkan dari *sustainability report* pada masing-masing *website* korporasi. Untuk menentukan kriteria sampel, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan hasil sampel yang didapatkan adalah sebanyak 13 korporasi.

Pengolahan data dilakukan melalui Eviews 12. Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini mengacu pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian menggunakan angka-angka serta melakukan analisis data sekunder melalui prosedur statistik.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Analisis Deskriptif Statistik

**Tabel 1.** Deskriptif Statistik

Ukuran	CSR	NILAI PERUSAHAAN
Mean	0.340897	5.960974
Median	0.333000	1.233000
Maximum	0.915000	56.79200
Minimum	0.009000	0.044000
Std. Dev.	0.265137	12.60359

Sumber: Output Pengolahan Eviews 12, 2024

Menurut hasil analisis, pengungkapan CSR nilai mean sebesar 0.340897 mengindikasikan rata-rata pengungkapan CSR pada penelitian ini sebanyak 34% dari total keseluruhan poin, yaitu 40 poin dari total 117 kriteria GRI Standards 2021. Nilai rata-rata yaitu 0.340897 kurang mendekati pada nilai maksimum yaitu 0,91452991 dimana dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 dapat dikatakan belum cukup baik dalam mengungkapkan CSR.

Nilai maksimum 0.915000 mengindikasikan nilai terbesar dalam mengungkapkan CSR sebanyak 91,5% yaitu 107 poin dari total 117 kriteria GRI Standards 2021. Nilai minimum yaitu 0,00855 mengindikasikan terdapat perusahaan hanya mendapat 1 poin dari total 117 kriteria GRI Standards 2021.

Nilai standar deviasi 0.265137 mengindikasikan bahwa data dalam variabel pengungkapan CSR kurang bervariasi karena nilai standar deviasi 0.265137 menunjukkan nilai terkecil dari nilai mean dalam variabel penelitian ini, yaitu 0.915000.

Berdasarkan Tabel statistik deskriptif nilai perusahaan *mean* 5.960974 menunjukkan bahwa keadaan perusahaan mengalami *overvalued*. Nilai maksimum 56.79200 mengindikasikan perusahaan mengalami *overvalued*, sedangkan nilai minimum 0,043534 mengindikasikan perusahaan mengalami *undervalued*.

#### Analisis Regresi

**Tabel 2.** Analisis Regresi

Dependent Variable: NILAI\_PERUSAHAAN  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 01/18/24 Time: 15:06  
 Sample: 2020 2022  
 Periods included: 3  
 Cross-sections included: 13  
 Total panel (balanced) observations: 39  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.039762	0.609167	-3.348445	0.0019
CSR	0.487270	0.072505	6.720510	0.0000

Sumber: Output Pengolahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil, Model persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut:

$$NP = 2,039762 + 0,487270 \text{ CSR} \quad \dots(4)$$

Makna yang diperoleh dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- $\beta_0 = 2,039762$  Artinya, nilai konstanta yaitu  $\alpha$  sebesar 2,039762 menunjukkan Rata-rata Nilai Perusahaan jika pengungkapan CSR nol/konstan.
- $\beta_1 = 0,487270$  Artinya, jika pengungkapan CSR perusahaan meningkat dan Variabel lainnya tidak berubah maka Nilai Perusahaan meningkat 0,487270.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Secara Simultan ( Uji F)

**Tabel 3.** Uji Simultan ( Uji F)

R-squared	0.590478	Mean dependent var	0.187548
Adjusted R-squared	0.567727	S.D. dependent var	0.514875
S.E. of regression	0.338517	Sum squared resid	4.125387
F-statistic	25.95369	Durbin-Watson stat	1.631308
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Pengolahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil, (F-statistic)  $0,0000 \leq 0,05$ , mengindikasikan bahwa secara simultan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

#### Uji Secara Parsial ( Uji t)

**Tabel 4.** Uji Parsial (Uji t)

Dependent Variable: NILAI\_PERUSAHAAN  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 01/18/24 Time: 15:06  
 Sample: 2020 2022  
 Periods included: 3  
 Cross-sections included: 13  
 Total panel (balanced) observations: 39  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.039762	0.609167	-3.348445	0.0019
CSR	0.487270	0.072505	6.720510	0.0000

Sumber: Output Pengolahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil yang didapatkan di atas, diperoleh hasil bahwa pada variabel pengungkapan CSR diperoleh sebesar  $0,0000 \leq 0,05$ . Maka, mengindikasikan Pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang sifatnya positif serta signifikan terhadap variabel terikat.

## Uji Determinasi

**Tabel 5.** Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.590478	Mean dependent var	0.187548
Adjusted R-squared	0.567727	S.D. dependent var	0.514875
S.E. of regression	0.338517	Sum squared resid	4.125387
F-statistic	25.95369	Durbin-Watson stat	1.631308
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Pengolahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan tabel tersebut menyatakan nilai koefisien determinasi (nilai  $R^2$ ) sebesar 0,590478. Nilai tersebut menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh sebesar 59,04% terhadap nilai perusahaan pada lokasi penelitian ini. Nilai lainnya yaitu 40,96% dapat dipengaruhi oleh aspek atau elemen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti profitabilitas, laba bersih, pertumbuhan perusahaan, dan struktur modal.

### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

Melihat perkembangan bisnis saat ini, CSR merupakan suatu kegiatan penting yang dapat dipersepsikan sebagai suatu mekanisme penggabungan isu-isu lingkungan dan isu-isu sosial ke dalam aktivitas operasional perusahaan (Fadilah S, 2009). Pengungkapan CSR dinilai memiliki peran penting dalam praktik dan wacana bisnis di seluruh dunia karena pengungkapan ini dianggap sebagai sebuah sinyal baik bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Sebuah perusahaan yang secara konsisten setiap tahunnya mengungkapkan laporan CSR diduga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil tabel statistik deskriptif pada penelitian ini, pengungkapan CSR menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0.340897 yang mengindikasikan bahwa nilai rata-rata pengungkapan CSR pada perusahaan barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 sebanyak 34% dari total keseluruhan poin, yaitu 40 poin dari total 117 kriteria pengungkapan CSR berdasarkan GRI Standards 2021. Nilai rata-rata yaitu 0.340897 kurang mendekati pada nilai maksimum yaitu 0,91452991 dimana dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 dapat dikatakan belum cukup baik dalam mengungkapkan CSR.

Adapun diketahui dari perhitungan deskriptif statistik, variabel bebas yaitu nilai perusahaan yang diukur melalui rasio PBV menunjukkan nilai Mean 5.960974 yang mengindikasikan bahwa Mean pada variabel nilai perusahaan mengalami *overvalued*. Nilai median 1.233000 menunjukkan bahwa titik tengah dari data distribusi dalam penelitian ini mengindikasikan sebagian besar perusahaan pada sampel penelitian ini mengalami *overvalued*.

Nilai paling tinggi atau maksimum pada variabel nilai perusahaan terjadi pada perusahaan UNVR pada periode 2020 yaitu sebesar 56.79200 mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami *overvalued*. Adapun nilai paling rendah atau minimum terjadi pada perusahaan PT Sumber Tani Agung Resources Tbk pada tahun 2020 yaitu 0,04353438 mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami *undervalued*.

Nilai standar deviasi 12.60359 mengindikasikan bahwa data dalam variabel nilai perusahaan cukup beragam dikarenakan hasil perhitungan standar deviasi 12.60359 menunjukkan nilai lebih besar dibandingkan dengan nilai mean dalam variabel penelitian ini, yaitu 5.960974.

Berdasarkan hasil pengujian t pada variabel pengungkapan CSR diperoleh 0,0000 ≤ 0,05. Maka, dapat diindikasikan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, kenaikan nilai perusahaan tersebut terjadi karena adanya pelaksanaan CSR yang menjadikan *image* dan nama perusahaan semakin baik sehingga loyalitas konsumen meningkat. Meningkatnya loyalitas konsumen memberikan dampak positif terhadap penjualan perusahaan dan menarik minat investor untuk berinvestasi sehingga nilai perusahaan akan mengalami kenaikan.

Berdasarkan hasil pengujian determinasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (nilai  $R^2$ ) sebesar 0,590478. Nilai tersebut menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh cukup besar yaitu 59,04% terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Nilai lain sebesar 40,96% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini seperti profitabilitas, harga saham, pertumbuhan perusahaan, serta struktur modal.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Rizaldi (2015) yang mengemukakan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan secara konsisten setiap tahunnya dapat meningkatkan nilai korporasi dikarenakan para investor cenderung tertarik berinvestasi pada korporasi-korporasi yang bertanggung jawab kepada *stakeholder*. Investor menilai bahwa perusahaan yang rutin mengungkapkan laporan CSR berarti lebih peka terhadap adanya ancaman ketidakberlangsungan perusahaan.

Hasil Penelitian ini mendukung pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Candra & Cipta (2022) dan Muhlis & Gultom (2021) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR secara signifikan memiliki pengaruh dengan arah positif terhadap nilai perusahaan, diduga persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Candra & Cipta (2022) dan Muhlis & Gultom (2021) adalah adanya persamaan dalam penggunaan pengukuran variabel pengungkapan CSR, yaitu menggunakan index GRI Standards.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu persamaan pengukuran dalam mengukur variabel pengungkapan CSR, perbedaannya terletak pada tahun pemakaian index GRI Standards. Pada penelitian ini menggunakan index GRI Standards 2021 yang dimana ketika melakukan pengukuran pada tahun 2020 dan 2021 menghasilkan poin yang lebih rendah dikarenakan perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022 sebagian besar masih menggunakan index GRI Standards 2016.

Mendukung teori sinyal, strategi perusahaan dengan mempublikasi informasi pengungkapan CSR akan memberikan sinyal positif bagi perusahaan kepada pihak-pihak eksternal. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan modal para pemegang saham, reputasi, serta keberlangsungan jangka panjang korporasi. Adanya bentuk dukungan dari pihak eksternal dan lingkungan (masyarakat) kepada korporasi atau entitas maka hal tersebut akan membuat eksistensi perusahaan berkembang sehingga menimbulkan kenaikan nilai korporasi

#### **D. Kesimpulan**

Berlandaskan Puji dan syukur penulis ucapkan atas rahmat serta kasih sayang-Nya penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik mungkin. Adapun dalam penyelesaian penelitian ini penulis berterimakasih kepada ibunda dan ayahanda tercinta serta kepada Prof. Dr. Sri Fadilah, S.E., M.Si., Ak. CA., ACPA selaku dosen pembimbing yang memberikan berbagai arahan serta masukkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terimakasih pula penulis berikan kepada seluruh keluarga, sahabat, teman, dan pihak-pihak yang selalu mendukung, mendoakan, dan membantu penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Agustine, Ira. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Finesta Vol 2. No. 1*.
- [2] Candra, A. G., & Cipta, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Profesi, Volume 13 Nomor 1*.
- [3] Nasution et., al. (2019) Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan institusional,

- Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia Tahun 2015-2018. *Jurnal STIE Ekonomi*.
- [4] Nursandy. (2022). <https://kaltimpost.jawapos.com/kaltim/29/08/2022/csr-perusahaan-sawit-masih-sulit>. [10/1/2024].
- [5] Ningrum, E. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep Dan Aplikasi (Cetakan Pertama)*. Indramayu: Penerbit Adab.
- [6] Puspitasari & Ermayanti. (2019). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi (Studi Perbankan BUMN Go Public BEI 2011-2018). *Jurnal Ilmu Riset Akuntansi. STIESIA Surabaya*.
- [7] Muhlis & Gultom. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, Vol.9. No.1*.
- [8] Rizaldi, Aulia. (2015). *Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Artikel Ilmiah. Surabaya: STIE Perbanas.
- [9] Fadilah, S. (2009). Keberhasilan Kegiatan Corporate Social Responsibility Melalui Pengungkapan dan Audit Corporate Social Responsibility. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi, Vol.2 117-132*.
- [10] Utomo M. (2019). *Ramah Lingkungan Dan Nilai Perusahaan*. Surabaya:Jakad Publishing Surabaya.
- [11] Muhammad Raihan Nur, & Oktaroza, M. L. (2022). Updating and Developing Information System CV X. *Jurnal Riset Akuntansi, 1(2)*, 119–125. <https://doi.org/10.29313/jra.v1i2.519>
- [12] Diana, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun Periode 2017-2020. *ICONOMICS: Journal of Economy and Business, 1(1)*, 35–44.
- [13] Dhinny Maulani Agustin, & Yuni Rosdiana. (2022). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi, 2(2)*, 83–90. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1149>