

Dampak Rasio Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pemoderasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara

Hasib Hanafi Anas, Dhani Ichsanuddin Nur*

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*Correspondence: dhaniin.ma@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara parameter profitabilitas dan ukuran perusahaan serta nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh pengungkapan *corporate social responsibility* pada subsektor pertambangan batubara yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menemukan bahwa nilai perusahaan meningkat dengan profitabilitas, menurun secara signifikan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas yang dimoderasi pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan yang dimoderasi pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dapat memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan. Analisis regresi moderat digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini ialah *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Kata kunci : Profitabilitas; Teori Sinyal; Ukuran Perusahaan; Pengungkapan Corporate Social Responsibility; Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study investigates the relationship between profitability parameters and company size and firm value moderated by disclosure of corporate social responsibility in the coal mining sub-sector which is traded on the Indonesia Stock Exchange. The results of the study found that firm value increases with profitability, decreases significantly with firm size, profitability moderated by disclosure of corporate social responsibility has a significant negative effect on firm value, and firm size moderated by disclosure of corporate social responsibility cannot contribute to firm value. Moderate regression analysis used for data analysis in this study is Moderated Regression Analysis (MRA).

Keywords : Profitability; Signal Theory; Company Size; Disclosure of Corporate Social Responsibility; Corporate Value.

PENDAHULUAN

Kesejahteraan pemilik atau pemegang saham, atau maksimalisasi kekayaan pemegang saham, merupakan salah satu motivasi utama untuk mendirikan korporasi (Brigham & Houston, 2018). Nilai suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan menekankan pada kemampuan organisasi untuk berperilaku dengan sengaja dan menghasilkan keuntungan. Potensi masa depan perusahaan tercermin dalam nilainya saat ini, yang sebagian ditentukan oleh profitabilitasnya.

Prasetya dkk., (2014) mengklaim bahwa dengan membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku bisnis maka terciptalah PBV yang dapat menunjukkan seberapa baik kinerja manajemen perusahaan dalam menghasilkan nilai pasar dari biaya investasi. Jadi, semakin efektif suatu perusahaan menghasilkan nilai bagi pemegang sahamnya, semakin tinggi rasio PBV-nya, dan ini pasti akan berpengaruh pada tingkat kepercayaan pemegang saham terhadap organisasi.

Meskipun Indonesia merupakan salah satu eksportir batu bara utama dunia, nilai perusahaan tambang batu bara tampaknya terus menurun. Perusahaan-perusahaan di subsektor pertambangan batubara di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan estimasi Price Book Value (PBV) selama beberapa tahun terakhir (2018-2021). Nilai Buku Harga (PBV) tipikal adalah 2,13 pada 2018, tetapi turun menjadi 0,78 pada 2019. Namun demikian, naik menjadi 2,46 pada 2020 sebelum turun sekali lagi menjadi 1,15 pada 2021.

Menurut Listari (2018), sejumlah variabel, termasuk yang mendasar, dapat mempengaruhi perubahan nilai perusahaan. Besarnya pertumbuhan (potensi pertumbuhan), profitabilitas, struktur modal, struktur kepemilikan, dan ukuran perusahaan merupakan contoh karakteristik keuangan fundamental. Calon investor tidak hanya menganalisis fundamental, mereka juga mempertimbangkan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Informasi ini digunakan oleh investor sebagai komponen utama dalam memutuskan apakah akan berinvestasi. Akibatnya, variabel moderasi pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility dimasukkan oleh peneliti.

Menurut Prena dan Muliyanan (2020), Corporate Social Responsibility (CSR) mampu memoderasi pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rasio profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada bisnis subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mengidentifikasi tanggung jawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility sebagai variabel moderasi

Tinjauan Pustaka

Teori Sinyal

Brigham & Houston (2018) menyatakan bahwa signaling theory menjelaskan bagaimana penilaian manajemen terhadap potensi pertumbuhan perusahaan mempengaruhi bagaimana calon investor memandang perusahaan. Materi yang menggambarkan upaya manajemen untuk melaksanakan niat pemilik berfungsi sebagai sinyal. Saat membuat pilihan finansial, informasi ini dipandang sebagai sinyal penting. Sinyal perusahaan harus jelas sehingga investor dapat mengukur keberhasilan perusahaan dan melakukan investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan. Ketika lebih banyak orang mulai membeli saham di perusahaan, harga saham naik karena aktivitas perdagangan meningkat.

Nilai Perusahaan

Calon pembeli akan membayar harga, atau harga nominal, untuk perusahaan saat dijual. (Yuniningsih, 2018). Menurut Febiyanti & Anwar (2022), Meningkatnya kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek masa depan adalah salah satu dari banyak manfaat dari harga saham yang tinggi. Rumus penentuan Price Book Value (PBV) adalah sebagai berikut:

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Profitabilitas

Kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan disebut sebagai profitabilitas. Salah satu metode untuk menentukan secara akurat berapa banyak tingkat pengembalian yang akan dihasilkan oleh aktivitas investasi adalah dengan melihat profitabilitas. Prospek bisnis yang positif menunjukkan profitabilitas yang kuat (Lumoly et al., 2018). Berdasarkan perhitungan berikut, rasio profitabilitas dalam penelitian ini sebanding dengan Return on Assets (ROA). Harga saham dan permintaan keduanya dapat diuntungkan dari pesan kuat tentang profitabilitas yang dikirim ke investor. Ketika harga saham perusahaan naik, begitu pula nilai perusahaan itu.

Ukuran Perusahaan

Hingga beberapa tahun kemudian, Ukuran bisnis ditentukan oleh rata-rata pendapatan bersih tahunannya (Brigham & Houston, 2018). Ukuran organisasi dapat ditentukan dengan mengambil logaritma natural dari total asetnya, seperti yang dikemukakan oleh Novari & Lestari (2016) dalam Widiyati (2020). Total aset yang digunakan untuk dasar perhitungan ukuran perusahaan memiliki peran penting dalam memberikan sinyal kepada para investor. Ini karena nilai suatu perusahaan dapat disimpulkan dari total asetnya, dan ukuran perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan sedang berkembang dan tumbuh, yang mungkin menarik investor untuk memasukkan uang ke dalam bisnis.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada kewajiban bisnis untuk menginformasikan masyarakat setempat tentang bagaimana operasi perusahaan dapat mempengaruhi kesejahteraan sosial dan lingkungan masyarakat (CSR). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah pendekatan bisnis

yang melampaui kepatuhan terhadap persyaratan peraturan untuk secara proaktif menangani masalah lingkungan dan sosial dengan pemangku kepentingan (Yanto, 2018). Indeks tersebut dihitung dengan menggunakan metodologi CSDI (Corporate Social Disclosure Index). Untuk setiap item CSR dalam penelitian, variabel dummy diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan ini memungkinkan CSDI untuk dihitung.

Investor melihat pengungkapan elemen CSR penting untuk diperhitungkan sebelum mengambil keputusan investasi selain untuk kesuksesan finansial perusahaan. Kepercayaan investor terhadap perusahaan meningkat sebagai akibat dari pengungkapan CSR yang dibuat dalam laporan Pelaporan Keberlanjutan. Inisiatif CSR adalah komponen tata kelola perusahaan yang efektif. Pelanggan akan dikhususkan untuk barang-barang manufaktur jika mereka memiliki pendapat yang baik tentang perusahaan. Hal ini akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan yang tercermin dari harga saham yang lebih tinggi (Raningsih & Artini, 2018). Reputasi perusahaan meningkat seiring dengan penjualan, yang mempengaruhi kesuksesan finansial perusahaan. Investor didorong untuk berinvestasi di perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat dan meningkat karena hal itu akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Prena dan Mulyawan (2020) mendukung gagasan tersebut, menunjukkan bahwa CSR memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Skala perusahaan yang besar juga disertai dengan tugas yang besar, terutama dalam hal tanggung jawab sosial. Imron dkk. (2013) menyatakan pengungkapan CSR sangat penting bagi perusahaan besar karena dampak positifnya terhadap komunitas tempat mereka beroperasi. Investor sekarang memiliki akses ke lebih banyak informasi tentang ukuran perusahaan daripada hanya total asetnya, berkat pengungkapan CSR. Selain itu, seiring pertumbuhan bisnis, perusahaan juga mengambil lebih banyak tugas sosial. Penelitian Imron et al. (2013) Ini menunjukkan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) mampu memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

METODE

Kajian kuantitatif ini menggunakan data sekunder berupa data panel, data *time series*, atau gabungan *cross section*. Dan data panel yang semuanya berasal dari laporan keuangan perusahaan di subsektor pertambangan batubara yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Selama tahun 2018-2021, sebanyak 112 sampel dikumpulkan dengan menggunakan strategi *purposive sampling* dari 28 perusahaan yang bergerak di subsektor pertambangan batubara. Untuk mencapai tujuan penelitian, hipotesis diuji dengan menggunakan aplikasi *Moderated Regression Analysis (MRA) IBM SPSS Statistics 26* dengan menggunakan metode uji interaksi, dimana persamaan regresi memasukkan unsur interaksi, artinya perkalian antara dua variabel.

HASIL

Uji Outlier

Deteksi outlier ini menggunakan nilai *Mahalanobis Distance Maximum*. Outlier terjadi apabila nilai *mahalanobis distance maximum* lebih besar dari nilai Prob. & Jumlah Variabel dengan rumus [=CHIINV (0,001; 4): dicari melalui Excel]. Hasil uji outlier menghasilkan nilai *Mahal. Distance Maximum* lebih kecil dari batas outlier yang artinya tidak terdapat outlier pada data. Gambar dan Tabel

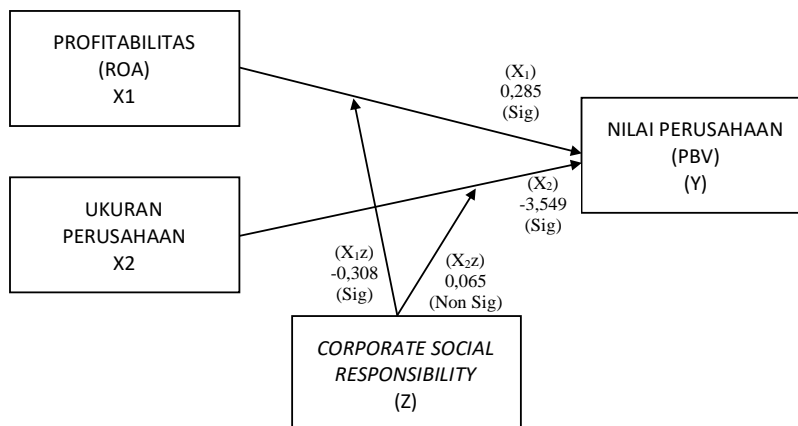
Uji Asumsi Klasik

Tes Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam investigasi ini untuk menentukan apakah datanya normal. Nilai asymp Sig (2-tailed) keempat variabel lebih dari 0,05 atau tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sesuai dengan temuan pengujian. Nilai toleransi dan VIF diperiksa sebagai bagian dari uji multikolinearitas. Berdasarkan temuan pengujian, nilai tolerance dan VIF menunjukkan nilai yang memenuhi syarat agar data dianggap bebas dari gejala multikolinearitas, yaitu tidak adanya hubungan antara variabel independen (Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Moderasi).

Pada penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas menggunakan uji *rank Spearman rho*. Variabel independen seperti Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, CSR, dan Nilai Perusahaan, serta variabel Moderasi-1 ($X1*Z$) dan Moderasi-2 ($X2*Z$), tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan residual, sesuai dengan hasil analisis korelasi antara variabel independen dan residual. Temuan analisis dengan demikian memungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa heteroskedastisitas tidak ada untuk salah satu variabel penelitian. Nilai Durbin-Watson dibandingkan dengan nilai tabel untuk melakukan uji

autokorelasi. Jika nilai DW berada di antara nilai dU dan 4-dU, data dikatakan tidak menunjukkan autokorelasi. Temuan pengujian menunjukkan bahwa nilai DW tidak memiliki autokorelasi atau antara dU dan 4-dU.

Uji Parsial (t)



Gambar 1 Keterangan dalam Kerangka Konseptual

Tabel 1 Hasil Uji Penelitian

Coefficients ^a					Keterangan Hasil
Model		Unstandardized Coefficients (B)	t	Sig.	
1	(Constant)	9.389	1.279	.204	-
	X1 (ROA)	.285	3.992	.000	Diterima
	X2 (UP)	-3.549	-2.047	.043	Ditolak
	Z (CSR)	.128	.647	.519	-
	X1Z (ROA*CSR)	-.308	-3.229	.002	Ditolak
	X2Z (UP*CSR)	.065	.583	.561	Ditolak
ANOVA ^a		F	Sig.		-
		19.026	.000 ^b		Signifikan
Model Summary ^b		R	R Square	Adjusted R Square	
		.691 ^a	.474	.465	

a. Dependent Variable: PBV
 b. Predictors: (Constant), ROA, UP, CSR, ROA*CSR, UP*CSR

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 26

Uji Simultan (F)

Berdasarkan hasil uji simultan (F), tabel 1 menunjukkan nilai F sebesar 19,026 dan nilai signifikansi Sig. = 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa variabel X1 (ROA), X2 (UP), Z (Corporate Social Responsibility Disclosure), X1Z (Interaksi ROA dengan Corporate Social Responsibility Disclosure), dan X2Z (Interaksi UP dengan Corporate Social Responsibility Disclosure) memiliki pengaruh efek simultan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan data pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Moderasi-1 (X1*Z) dan Moderasi-2 (X2*Z) secara independen menyumbang 47,4% dari variasi Nilai Perusahaan. Sisanya sebesar 52,6% varians dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam model.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Studi ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan peningkatan profitabilitas. Teori sinyal menunjukkan bahwa investor dapat didorong oleh nilai profitabilitas perusahaan yang tinggi jika nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan sumber dayanya secara efisien dan efektif untuk mendapatkan keuntungan yang besar, yang akan menghasilkan kekayaan yang lebih besar bagi semua pemangku kepentingan. Temuan penelitian ini mendukung penelitian Eka Indriyani (2017) yang menunjukkan profitabilitas berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Nilai bisnis akan naik jika profitabilitas naik, dan sebaliknya. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kapasitas perusahaan untuk memberikan pengembalian pemegang saham yang substansial. Rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki perusahaan akan menarik investor untuk memasukkan uang ke dalam bisnis. Harga saham akan naik sebagai akibat minat investor dalam berinvestasi pada bisnis yang sangat menguntungkan, meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan mengurangi nilai perusahaan (PBV). Sebagai konsekuensi dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan akan menurun setiap kali ukurannya meningkat. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Maya Sari, Ikin Solikin, dan Zahra Ramdhonah (2019). Ukuran perusahaan yang terlalu besar, yang ditentukan oleh total aset perusahaan, dipandang negatif oleh investor atau calon investor. Manajemen tidak dapat memanfaatkan aset perusahaan dengan sebaik-baiknya jika aset keseluruhan sangat besar. Kepercayaan investor terhadap perusahaan dipengaruhi oleh kapasitas manajemen untuk menggunakan sumber daya perusahaan yang tidak optimal. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata perusahaan (PBV) yang cenderung menurun, namun nilai rata-rata ukuran perusahaan cenderung meningkat.

Menurut Ramdhonah et al. (2019), Investor dapat mempertimbangkan fakta bahwa perusahaan dengan nilai total aset yang tinggi memiliki efek negatif pada nilai perusahaan karena mereka menyimpan lebih banyak keuntungan daripada membagikannya kepada pemegang saham sebagai dividen. Itu tergantung pada kebijakan dividen perusahaan apakah laba ditahan dibagikan atau tidak kepada pemegang saham dan diinvestasikan kembali sebagai dividen.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan cukup besar dari profitabilitas (ROA) diimbangi dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai bisnis. Ini terutama benar ketika profitabilitas dibatasi pada tingkat yang lebih tinggi. Konsisten dengan hasil pengujian, Darmawan et al. (2020) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat berdampak negatif pada hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Selain kinerja keuangan perusahaan, investor melihat bagaimana membelanjakan uang CSR yang diterimanya dan bagaimana menggunakan uang itu dalam kegiatan program CSR-nya. Investor berpendapat bahwa peningkatan tanggung jawab perusahaan yang disebabkan oleh penyaluran dana CSR menyebabkan pendapatan yang lebih rendah. Ketika keuntungan perusahaan turun, begitu pula ekspektasi pemegang sahamnya untuk pembayaran dividen. Baik harga saham maupun nilai perusahaan akan menderita akibat menurunnya minat calon investor.

Handayani dan Martha (2019) berpendapat bahwa pengungkapan CSR tidak dihargai oleh investor karena ada informasi yang lebih penting yang dapat ditemukan dalam laporan tahunan, seperti iklim politik, keadaan pemerintah, dampak nilai tukar rupiah, dan dampak pendapat investor terhadap harga saham. Pelaku usaha yang terlibat dan/atau berhubungan dengan sumber daya alam kini diwajibkan untuk memikul tanggung jawab sosial dan lingkungan menurut Bab IV Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Terdapat indikasi bahwa investor mungkin tidak diwajibkan untuk memverifikasi klaim CSR yang diberikan oleh korporasi berkat UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (PBV) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sebagai fungsi dari ukuran perusahaan. Hasil mengungkapkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak kecil pada hubungan antara nilai perusahaan dan ukuran perusahaan.

Ningrum dan Asandimitra (2017) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap korelasi antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Kesimpulan ini didukung oleh hasil pengujian yang ditunjukkan di atas. Studi tersebut menemukan bahwa rata-rata nilai ukuran perusahaan cenderung meningkat, namun rata-rata nilai perusahaan cenderung menurun. Sedangkan rata-rata CSDI yang digunakan sebagai variabel moderasi mengalami hasil yang stabil. Sehingga besar kecilnya nilai CSDI tidak mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan (PBV).

Hipotesis pensinyalan ini ditentang oleh data, yang menunjukkan kemungkinan pentingnya faktor-faktor seperti perusahaan mengungkapkan CSR hanya untuk memenuhi kewajiban hukum dan menghindari denda pemerintah. Hal ini sesuai dengan Pasal 74 ayat 1 UU No. 40 Tahun 2007, yang mengatur tentang perseroan terbatas dan menetapkan standar minimal untuk menjalankan usaha secara bertanggung jawab.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan Imron et al. (2013), yang menemukan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat korelasi antara ukuran dan nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas ditemukan meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan ditemukan sangat menurunkan nilai perusahaan, profitabilitas yang dimoderasi pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan yang dimoderasi pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dapat memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi 14-Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, & Aryoko, Y. P. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Balance : Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 83-92.
- Febiyanti, T. I., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi terhadap Perusahaan Properti dan Real Estate. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1784-1794.
- Handayani, F., & Martha, L. (2019, July 31). Hubungan Antara Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Corporate Social Responsibility. Retrieved from <https://doi.org/10.31227/osf.io/q2wf5>
- Husnan, S. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)* (Keempat ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Imron, G. S., Hidayat, R., & Alliyah, S. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Sosial Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *POTENSIO Vol. 18 No. 2*, 82-93.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 10 (2)*, 333-348.
- Listari, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol.6 No.1*, 53-62.
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA Vol.6 No.3*, 1108-1117.

- Ningrum, U. N., & Asandimitra, N. (2017). PENGARUH KINERJA KEUANGAN, STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG DAN CSR SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN PERINGKAT PERTAMAARA, ISRA DAN PERINGKAT EMAS PROPER YANG LISTING DI BEI PERIODE 2011-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 3*, 1-14.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate. *E-Jurnal Manajemen*, 5671-5694.
- Pradani, A. P., Nur, D. I., & Wikartika, I. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Wholesale. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 10 Nomor 1*, 10-19.
- Prasetia, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA Vol.2 No.2*, 879-889.
- Prena, G. D., & Muliawan, I. I. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi) Volume 19 Nomor 2*, 131-142.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN 7(1)*, 67-82.
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 7.8*, 1997-2026.
- Widiyati, D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Cash On Hand Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara Yang Go Public Tahun 2017-2018 Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Akuntansi 15(2)*, 279-289.
- Yanto, E. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables. *Journal of Applied Accounting and*, 36-49.
- Yuniningsih, Y. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. (E. Purwanto, Ed.) Sidoarjo: Indomedia Pustaka.