

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan (Price Earning Ratio)

Helmi Arif Prasetya

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi : helmiarif879@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Pada penelitian ini nilai perusahaan diproksikan melalui *corporate social responsibility* (CSR) yang mampu dijadikan tolak ukur untuk menilai perusahaan dari harga saham per lembarnya. Semakin besar CSR maka akan semakin bagus juga nilai perusahaan itu sendiri. Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017. Sampel ini dipilih melalui metode *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel 18 perusahaan. Jenis data yang terpakai di penelitian kali ini merupakan data sekunder. Teknik pengambilan sampel data melalui teknik studi pustaka dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis WarpPLS. Hasil penelitian ini menggambarkan CSR berpengaruh positif ke nilai perusahaan, dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, melalui kinerja keuangan.

Kata kunci : CSR, Kinerja Keuangan, PER, MVA dan, Nilai Perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility (CSR) on corporate value through financial performance. In this study, the value of the company is proxied through corporate social responsibility (CSR), which can be used as a benchmark for assessing the company from the share price per share. The greater the CSR, the better the value of the company itself. This type of research is classified as quantitative research. The population of this study are transportation sub-sector companies listed on the Stock Exchange in 2014-2017. The sample was determined based on the purposive sampling method so that a sample of 18 companies was obtained. The data used in this study is secondary data. Data collection techniques are carried out by library study techniques and documentation. Analysis of the data used is the WarpPLS analysis. The results of the study show that CSR has a positive effect on firm value, and CSR has a positive effect on firm value, through financial performance.

Kata kunci : CSR, Kinerja Keuangan, PER, MVA dan, Nilai Perusahaan

A. Pendahuluan

Hadirnya perusahaan sebagai dari bagian masyarakat harusnya memberikan manfaat guna untuk masyarakat sekitar dituntut untuk memberikan banyak efek dalam memberikan suatu kontribusinya terhadap kehidupan disekitar masyarakat tinggal di dekat Pabrik yang harusnya mempunyai CSR. Untuk perusahaan tentu wajib memiliki dampak positif bila mana mempunyai CSR dan dapat pula mengakibatkan dampak negatif juga bagi warga sekitar. Untuk pelaksanaannya sendiri sangat bergantung dalam kerjasama antara perusahaan dan berbagai pihak lain (*Stakeholder*). Kolaborasi perusahaan juga bermanfaat dalam memperoleh hasil maksimal masing-masing yang menjadikan suatu hal terpenting.

Disisi lain banyak perusahaan dalam akhir-akhir ini banyak perusahaan mengerti akan mengenai betapa pentingnya suatu penerapan program *Coorporate Sosial Responsibility* sebagai suatu wadah maupun strategi dalam suatu kegiatan bisnisnya. Peran suatu perusahaan dalam penggerakan ekonomi yang memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan perekonomian masyarakat yang mencakup wilayah yang luas sehingga menjadikan pertanggungjawaban sosial perusahaan akan mengakibatkan perusahaan dengan *stakeholder* yang juga termasuk berada didalamnya para pemegang saham/investor.

Disisi lain pula perusahaan dinilai memberikan efek yang signifikan berupa penyediaan barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, namun di beberapa faktor juga masyarakat umum merasakan dampak negative yang berasal dari kegiatan perusahaan. Banyak perusahaan dinilai memberikan suatu efek yang bermanfaat bagi perkembangan perekonomian tetapi juga menerima kritik karena aktivitas bisnis perusahaan yang dilakukan perusahaan menimbulkan dampak yang buruk bagi kondisi dan sosial lingkungan masyarakat, dari sini juga sudah terlihat bahwa di Indonesia saat ini muncul peran menjaga bagian dari kehidupan akan mulai berkembang.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) bertujuan guna kepada semua hubungan *corpoerate* dan stakeholder, terdapat pula didalamnya *customer*, karyawan, kelompok tertentu, pengusaha maupun investor, serta juga peran dari pemerintah. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) menurut Mc Williams dan Siegel (2001) menafsirkan bahwa aksi yang muncul sebagai kelanjutan dari suatu tindakan social, yang sudah melebihi kepentingan perusahaan dan yang sah oleh suatu hukum. Di Negara kita tercinta ini Indonesia CSR juga tercantum dan sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang telah resmi disahkan tertanggal 20 Juli Tahun 2007 tentang (PT) yang telah mengatur kewajiban setiap perusahaan agar melakukan pertanggungjawaban sosial (CSR). Dalam perkembangannya terkini menunjukkan sudah banyak suatu bentuk usaha melakukannya, dan untuk sekarang CSR penerapannya sudah tidak diakui lagi sebagai cost, melainkan sekarang sudah masuk kedalam investasinya.

Dengan adanya CSR, perseroan berkecimpung di berbagai aspek dan yang bergerak di segala bidang yang diharuskan melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat, dari kewajiban tersebut banyak perusahaan juga telah membentuk suatu divisi khusus guna mengurus masalah yang berkaitan dengan CSR ini. Seperti halnya di di PT. Djarum dengan Djarum Foundationnya. Penerapan pertanggungjawabn perseroan semacam ini juga sebaiknya harus di manfaatkan dengan sangat baik pula, dikarenakan ini juga sebagai angin segar bagi perusahaan yang bersangkutan. Diantaranya mampu menjalin suatu hubungan baik dengan lingkungan sekitar. Menurut Darwin (2004) dan Agustia (2009) menafsirkan bahwa perusahaan akan mampu mendapatkan banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*, apabila CSR itu mampu di praktekkan dengan sungguh-sungguh, dan mampu mempercepat komunikasi dengan stakeholder, meluruskan visi-misi, dan prinsip perusahaan, terkait dengan prsktik& aktivitas bisnis interval perusahaan, mendorong perbaikan suatu perusahaan secara berkesinambungan sebagai salah satu wujud manajemen risiko guna melindungi reputasi serta meraih competitive advantage di modal tenaga kerja, supplier dan pangsa pasar.

B. Landasan Teori

Corporate Social Responsibility (CSR)

Merupakan komitmen dalam perusahaan yang mengarah untuk berkontribusi dalam suatu pengembangan ekonomi yang terus berkelanjutan guna memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan keseimbangan antar aspek perekonomian, social maupun lingkungan (Untung, 2008).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan di dalam penelitian dapat diartikan sebagai suatu nilai pasar, sama seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008), karena nilai perusahaan mampu memberikan dampak kesejahteraan para investor dengan maksimum dengan syarat harga saham mengalami peningkatan. Guna memperoleh nilai perusahaan biasanya para pemegang saham memberikan pengelolaannya kepada para tangan

professional. Para professional biasanya di tempatkan pada bagian manager ataupun komisaris (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Market Value Added (MVA)

Menurut Gallagher and Andrew (2003:109) adalah sebagai berikut: *Market Value Added* (MVA) adalah nilai pasar dari perusahaan, utang ditambah dengan ekuitas dan di kurangi jumlah total modal yang telah di investasikan dalam sebuah perusahaan. MVA mirip dengan *Market to Book Ratio* (M/B). MVA menitik beratkan di nilai total pasar dan jumlah modal yang diinvestasikan, sedangkan M/B berfokus pada harga per saham dan kualitas modal investasi.

Kinerja Keuangan

Merupakan suatu wujud tentang suatu kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu baik yang menyangkut maupun tidak mengenai dana maupun penyalurannya, kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. (Jumigan, 2006:239). Secara umum kinerja keuangan adalah merupakan bentuk dari analisis yang telah dilakukan guna melihat seberapa jauh perusahaan mampu melakukan aturan-aturan yang telah berlaku dalam pelaksanaan kinerja suatu keuangan secara baik dan benar.

Price Earning Ratio

PER adalah salah satu teknik pengukuran yang termasuk paling besar dalam sebuah *analysis fundamental* dan juga termasuk dalam penentuan strategi dari rasio penilaian untuk mengevaluasi sebuah laporan keuangan. PER juga berguna untuk melihat seberapa besar pasar akan menilai sebuah kinerja saham di dalam perusahaan untuk kinerja perusahaan yang tercerminkan dalam laba per tahun. Menurut Brigham dan Houston (2010:150), PER adalah: Rasio harga per saham untuk laba per saham menunjukkan jumlah yang harus dibayarkan oleh para pemegang saham untuk setiap dollar yang dilaporkan.

Perumusan Hipotesis

H_1 : *Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan.*

H_2 : *CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan*

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan sub sektor transportasi yang terdapat di BEI tahun 2014-2017. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel 18 perusahaan. Data yang dipergunakan dianalisis ini merupakan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi pustaka dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis WarpPLS

D. Hasil Dan Pembahasan

Pada penelitian ini menggunakan teknik SEM - PLS dengan menggunakan alat analisis *WarpPLS 5.0*. Analisis SEM - PLS adalah sebuah pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variasi dari variabel laten prediktor. Untuk menghasilkan data yang dapat dipertanggungjawabkan, maka perlu dilakukan pengujian *Goodness of Fit*. Berikut hasil pengujian *Goodness of Fit* :

1. Goodness of Fit (Inner Model)

Goodness of Fit yang dimaksud adalah merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (Solimun, 2017). Sedangkan menurut Ghozali (2014), *Goodness of Fit* mengukur kesesuaian input observasi / sesungguhnya, dengan prediksi model yang diajukan.

Tabel 1
Model Fit dan Quality Indices

<i>Model Fit and Quality Indices</i>	Kriteria Fit	<i>Output Model</i>	Keterangan
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	P<0,05	0.001	Terpenuhi
<i>Average R-Squared (ARS)</i>	P<0,05	0.001	Terpenuhi
<i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i>	P<0,05	0.001	Terpenuhi
<i>Average Block VIF (AVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$	4.968	Terpenuhi
<i>Average Full Collinearity (AFVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$ Small $\geq 0,1$; Medium $\geq 0,25$ Large $\geq 0,36$	10.970	Tidak Terpenuhi
<i>TenenhousGoF (GoF)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$; Ideally = 1	0.1	Terpenuhi
<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Acceptable if $\geq 0,9$; Ideally = 1	1	Terpenuhi
<i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$	1	Terpenuhi
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$	1	Terpenuhi
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$	1	Terpenuhi

Sumber : data diolah WarpPLS 5.0

2. Uji Hipotesis

Hipotesis ini di uji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara perbandingan tingkat signifkandan alpha (0,05), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila signifikan < 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
2. Apabila signifikan > 0,05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Tabel 2
Path Coefficients

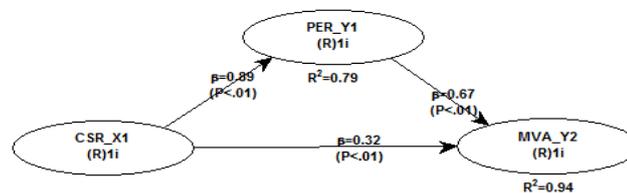
Variabel	CSR	PER	P values	Keterangan
MVA (Y2)	0.891		0.002	Signifikan
CSR (X1)		0.674	<0.001	Signifikan
PER (Y1)	0.319		<0.001	Signifikan

Sumber : data diolah WarpPLS 5.0

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada 72 data, maka dapat diketahui hipotesis sebagai berikut :

1. H₁ diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *customer CSR* berpengaruh signifikan terhadap MVA pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.
2. H₂ diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *CSR* berpengaruh secara signifikan terhadap PER pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.
3. H₃ diterima, sehingga bisa diartikan bahwa MVA berpengaruh secara signifikan terhadap PER pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.

Gambar 1
Hasil Output Uji analisis SEM



Sumber: data diolah WarpPLS 5.0

Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3
Indirect dan Total Effect

Kriteria	Variabel	MVA	CSR	PER
<i>Path coefficient</i>	MVA		0.32	0.67
	CSR			
	PER		0.89	
<i>P values</i>	MVA		0.50	0.01
	CSR			
	PER		0.01	
<i>Effect sizes for path</i>	MVA		0.01	0.940
	CSR			
	PER		0.790	

Sumber: data diolah WarpPLS 5.0

Dari tabel 3, pengujian hipotesis diuraikan lebih lanjut:

Hipotesis 1

H₀ : CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan jasa Transportasi

H_a : CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan jasa Transportasi.

Dasar pengambilan keputusan

P value > 0,05 H₀ diterima

P value < 0,05 H_a diterima

Keputusan

P value = 0,01 < 0,05, maka H_a diterima.

Dari tabel 3 diatas diketahui bahwa variabel *CSR* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017 dengan nilai *P value* 0,01. Pada variabel *CSR* juga memiliki

nilai koefisien jalur sebesar 0,67 dengan arah positif. Angka ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pada penilaian kinerja keuangan.

Hipotesis 2

H_0 : CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi.

H_a : CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi.

Dasar pengambilan keputusan

$P\ value > 0,05$ H_0 diterima

$P\ value < 0,05$ H_a diterima

Keputusan

$P\ value = 0,01 < 0,05$, maka H_a diterima atau H_0 ditolak.

Dari tabel 3 diatas diketahui bahwa variabel CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017 dengan nilai $P\ value$ 0,01. Pada variabel CSR juga memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,32 dengan arah positif. Angka ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pada penilaian nilai perusahaan.

Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, dimana nilainya sebesar 0,01 berarti bahwa variabel CSR mempengaruhi variabel berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 1%.

Hipotesis 3

H_0 : Kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi

H_a : Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi

Dasar pengambilan keputusan

$P\ value > 0,05$ H_0 diterima

$P\ value < 0,05$ H_a diterima

Keputusan

$P\ value = 0,001 < 0,05$, maka H_a diterima atau H_0 ditolak.

Dari tabel 3 diatas diketahui Kinerja keuangan memiliki dampak yang kuat terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017 dengan nilai $P\ value < 0,001$. nilai perusahaan juga memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,89. Dengan hasil analisis tersebut maka Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, dimana nilainya sebesar 0,940 berarti bahwa variabel Kinerja keuangan mempengaruhi variabel nilai perusahaan sebesar 94%.

3. Uji Koefisien determinasi (R Square)

Uji ini digunakan untuk melihat kekuatan variabel independen guna menjelaskan variabel dependen dan bagian variasi dari variabel dependenn yang di jelaskan oleh varian dari variabel-variabel independennya. Jika R^2 yang didapat dari hasil perhitungan menandakan semakin besar maka disimpulkan bahwa hasil dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar.

Tabel 4
R-Squared Coefficients

<i>re</i>		CSR	PER 0.794
-----------	--	-----	--------------

Sumber: data diolah WarpPLS 5.0 (Lampiran 11)

Berdasarkan tabel 4 bahwa Nilai R-square menunjukkan berapa presentase variasi konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk yang dihipotesiskan mempengaruhinya (eksogen). Dari data diatas dapat dilihat nilai R-square PER_Y1 menunjukkan bahwa variasi

PER_Y1 dapat dijelaskan sebesar 94,0% oleh variasi CSR_X Dan MAV_Y2 dan R-square MAV_Y2 menunjukkan bahwa variasi MAV_Y2 dapat dijelaskan sebesar 79,4% oleh variasi CSR_X.

Pembahasan

Pengaruh CSR terhadap MVA

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh sebesar 94% terhadap MVA Pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Hal ini menunjukan bahwa posisi CSR berada di bawah titik optimal, maka setiap penambahan CSR akan meningkatkan MVA. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk berkontribusi dalam suatu pengembangan ekonomi yang terus berkelanjutan guna memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan keseimbangan antar aspek perekonomian, social maupun lingkungan (Untung, 2008).

CSR dapat diungkapkan di dalam laporan yang biasa disebut *sustainability reporting* (laporan keberkelanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang di buat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama segenap unsur yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya, harus ada komitmen maupun dukungan yang penuh antusias pegawai akan membuat program tersebut bagaikan acara untuk memperbaiki citra pemegang saham belaka, dengan melibatkan karyawan secara intensif untuk itu nilai dari program tersebut akan menimbulkan suatu terjemah yang begitu besar untuk perusahaan.

Hasil yang didapatkan ini sesuai dengan penelitian empiris sebelumnya yakni Gusti Ayu Made Ervina Rosiana¹ Gede Juliarsa² Maria M. Ratna Sari (2013) Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan dan profitabilitas mampu meningkatkan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap MVA melalui PER

Berdasarkan pengujian dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh CSR dan PER terhadap MVA sebesar 74% Pada perusahaan jasa Transportasi.

Informasi dapat diperoleh tentang CSR pasti amat berguna saat pengambilan keputusan bagi para petinggi perusahaan dan untuk pemegang kepentingan (stakeholder dan shareholder). Melalui kinerja keuangan suatu perusahaan akan dapat dilihat dan tanggap secara positif oleh masyarakat sekitar perusahaan, apabila yang bersangkutan telah melakukan tanggung jawab yaitu pertanggungjawaban sosial perusahaan. Sehingga perusahaan akan memiliki kinerja sangat baik akan memberikan sinyal yang baik sehingga akan ditanggapi baik oleh investor maupun masyarakat sekitar melalui peningkatan harga saham.

Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, teori-teori yang dijelaskan sebelumnya, serta penelitian empiris sebelumnya oleh penelitian terdahulu oleh Siti Sapia Latupono, Andayani (2015) menyatakan bahwa secara CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Lanjutan) dan GCG. GCG mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

E. Penutup

Simpulan

1. Terdapat pengaruh CSR secara parsial terhadap MVA dan terdapat pengaruh PER secara parsial terhadap MVA Pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.

2. Terdapat pengaruh CSR dan PER secara simultan terhadap MVA Pada perusahaan jasa Transportasi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017.

Saran

1. Bagi Perusahaan hendaknya perusahaan jasa transportasi yang menjadi obyek penelitian lebih meningkatkan nilai CSR sebagai investasi jangka panjang perusahaan.
2. Bagi Peneliti selanjutnya Penelitian ini akan lebih baik dengan memasukkan beberapa variabel yang dianggap perlu atau mendukung penelitian ini, misalnya mengenai *leverage*, *size* dan kualitas laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Britama. "Profil singkat perusahaan safe", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2012/12/sejarah-dan-profil-singkat-safe/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan taxi", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2013/01/sejarah-dan-profil-singkat-taxi/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan giia", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2012/09/sejarah-dan-profil-singkat-giia/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan apol", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2012/05/sejarah-dan-profil-singkat-apol/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan bbrm", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2013/03/sejarah-dan-profil-singkat-bbrm/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan bird", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2014/11/sejarah-dan-profil-singkat-bird/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan cass", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2012/09/sejarah-dan-profil-singkat-cass/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan indx", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-indx/>
- Britama. "Profil singkat perusahaan hits", 09 September 2009. <http://britama.com/index.php/2012/11/sejarah-dan-profil-singkat-hits/>
- Chss.uonbi.ac.ke/sites/.../KIPRUTO%20Daniel%20MSc%20Finance%20Project.pdf
- Ghaesani, N. S. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handriyani, A. N. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2(5), 1–15
- Latupono, S. S., & Andyani. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 4(8), 1–15. <https://doi.org/10.1080/17450140600679883>
- Manajemen, J., Ekonomi, F., & Makassar, U. H. (2009). Economic Value Added Dan Market Value Added Dampaknya Terhadap, 13(3).
- Rosiana, G. A. M. E., Juliarsa, G., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, vol 3, 723–738. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jira/article/download/985/935>

- SukmawatiSafitri Dewi dan Mashar Patuh Priyadi.2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap CooperateSocial Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar pada Bei.
- Suaidah, Y. M., & Utomo, L. P. (2018). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(2).
- Tami, A. (2015). of No Title No Title. *Uma Ética Para Quantos?*, XXXIII, 81–87. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7>.