

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi
(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2018)**

Nabila Kholida*, Dwi Ermayanti Susilo
STIE PGRI Dewantara Jombang

*Korespondensi: dwi_ermayanti@yahoo.co.id

Abstract

Disclosure of the implementation of CSR is useful for making financial reports and analyzing the extent to which the company cares about running its business. The higher the level of profitability achieved by the company, the stronger the relationship between social disclosure and company value. This study aims to determine whether Corporate Social Responsibility influences the value of the company in the coal sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange and knows whether profitability can strengthen the effect of Corporate Social Responsibility on the value of the company in coal mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange This research includes quantitative descriptive research. The population and sample of this study are annual report data and financial reports on financial statements of coal mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017-2018. The analysis uses path analysis (path analysis) which is assisted by WarpPLS software. Partial Least Square (PLS). The results of the study show that Corporate Social Responsibility has no effect on company value and Profitability as a moderating variable turns out to be able to moderate (strengthen) the relationship of CSR with company value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Profitability and Corporate Value*

Abstrak

Pengungkapan pelaksanaan CSR berguna untuk membuat laporan keuangan dan menganalisa sejauh mana kepedulian perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mengetahui apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian ini ialah data laporan tahunan dan laporan keuangan pada laporan keuangan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018. Analisa menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang dibantu dengan *software* WarpPLS. *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan*

A. PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak dibidang pemanfaatan sumber daya alam baik langsung maupun tak langsung akan memberikan dampak untuk lingkungan disekitarnya. Akan tetapi, dalam melaksanakan suatu perusahaan harus mempunyai rasa tanggungjawab dan kesejahteraan sosial. Sehingga tidak hanya perusahaan saja yang bertanggungjawab kepada *shareholder* tetapi perusahaan juga bertanggungjawab

kepada seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan tersebut (*stakeholder*). Beberapa perusahaan yang mulai mengembangkan usahanya, maka dengan itu perusahaan akan melakukan tanggungjawab sosialnya atau sering dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR yaitu sebuah bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak karena dampak-dampak yang timbul atas aktivitas operasional perusahaan. Untuk sekarang, CSR bukanlah hal yang sifatnya sukarela untuk perusahaan yang mengembangkan tanggungjawab melaksanakan kegiatan usahanya, melainkan sudah bersifat wajib/ menjadi suatu kewajiban untuk banyak perusahaan menerapkannya. Hal yang utama dari pelaksanaan tanggungjawab sosial yaitu dengan memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dan membentuk kerjasama antar *stakeholder* yang disarankan oleh perusahaan tersebut dan membuat program-program peningkatan masyarakat setempat. Pengertian lain dari CSR bahwa setiap perusahaan memiliki tugas moral untuk bersikap jujur, menaati hukum, berintegritas, dan tidak melakukan korupsi. Tanggungjawab sosial bagi perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia berlandaskan pada prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla (2011).

Ada beberapa faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan, salah satunya yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggungjawab sosial sebagai faktor yang perlu untuk diperhatikan. Maka dari itu, pertanggungjawaban perusahaan bukan lagi mengacu pada teori *single bottom line* yang mana teori ini hanya memikirkan kondisi dari keuangan perusahaan saja, akan tetapi harus juga memberi perhatian terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungan atau biasa disebut dengan teori *triple bottom line*.

Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus meningkatkan kepercayaan dari konsumen yaitu dengan cara meningkatnya kesetiaan konsumen untuk waktu yang lama, untuk itu penjualan akan meningkat dan pada akhirnya tingkat profitabilitas perusahaan juga akan meningkat.

Octavia, 2012 (dalam Lestari dan Fidiana, 2015) menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan dalam perusahaan maka kepentingan pemegang saham dan kepentingan pribadi akan meningkat sesuai dengan tingkat kinerja dari manajemennya. Sehingga, banyak penelitian yang menjadikan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018? dan 2) Apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018?. Tujuan penelitian ini 1) Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018 dan 2) Untuk mengetahui apakah profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai

perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Pemerintah melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007 mewajibkan bagi perusahaan untuk melaksanakan program atau tanggungjawab sosial perusahaan selanjutnya ditulis CSR. Salah satu kegiatannya adalah *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu wujud pertanggungjawaban sosial dari perusahaan kepada lingkungan masyarakat yang dengan melaksanakan berbagai kegiatan sosial dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan. Usaha sosial perusahaan telah direncanakan secara luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil usaha melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sekali lalu memberikan keuntungan untuk perusahaan. Jadi kegiatan CSR pada dasarnya adalah bentuk tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing. Standar untuk melakukan pengungkapan CSR yang mulai banyak digunakan di Indonesia adalah dengan standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives*. Barometer GRI dipilih dikarenakan terfokus pada standart yang digunakan melakukan pengungkapan kinerja suatu ekonomi, sosial, termasuk lingkungan yang bertujuan guna meningkatkan kualitas dan *sustainability reporting*. Didalam penelitian ini menggunakan 3 indikator kinerja yang terdiri dari ekonomi, sosial dan juga lingkungan dengan jumlah 91 indikator.

2. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Noerirawan, 2012). Menurut Harmono (2009:233) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang mencerminkan harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Pada penelitian ini peneliti mengukur nilai perusahaan menggunakan MVA.

3. Profitabilitas

Menurut Sartono (2001) dalam Nofrita (2013), profitabilitas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *Return On Equity (ROE)* sebagai ukuran profitabilitas perusahaan.

Hipotesis dalam penelitian ini :

H1 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H2 = Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiono (2014) deskriptif kuantitatif memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang terjadi sekarang dengan hasil penelitian yang berbentuk angka yang memiliki

makna. Maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah analisis data PLS.

Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Corporate Social Responsibility (X)

CSR dapat dihitung dan indeks pengungkapan CSR (CSRI). Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan digunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Untuk memperoleh keseluruhan nilai untuk perusahaan dapat diperoleh dengan menjumlah semua nilai dari setiap item yang diperoleh. CSR dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Nilai Perusahaan (Y)

Menurut Harmono (2009:233) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kinerja perusahaan yang mencerminkan harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Brigham & Gapenski, 1999 (dalam Ermayanti, 2019) merumuskan cara menghitung MVA dengan rumus sebagai berikut :

MVA = Jumlah Saham Beredar x Harga Saham

Profitabilitas (Z)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Pemilik perusahaan lebih tertarik pada seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan terhadap modal yang mereka tanamkan. Rumus untuk menghitung Profitabilitas sebagai berikut :

$$Return\ On\ Equity\ (ROE) = \frac{Laba\ Bersih}{Modal\ Saham}$$

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018 terdapat 25 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 25 perusahaan. Metode pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh. Jenis data menggunakan data kuantitatif berupa data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung namun menggunakan media perantara. Metode pengambilan data dilakukan dengan cara studi pustaka dan dokumentasi.

Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang dibantu dengan *software* PLS. *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu teknik statistik multivariat yang bisa menangani banyak variabel respon dan variabel ekplanatori Geladi dan Kowalski, 1986 (dalam Hwihanus, 2018). *Partial Least Square* (PLS) disebut sebagai metode analisis yang memiliki kekuatan luar biasa (*powerfull*), karena tidak menggunakan asumsi, seperti data tidak harus terdistribusi normal dan jumlah sampel tidak harus banyak (besar), serta dapat berupa data nominal, kategori, ordinal, interval atau rasio Ghazali, 2006 (dalam Hwihanus, 2018).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Outer Model

Tabel 1 1Outer Loading

Variabel	Outer Loading
CSR (X)	1.000
ROE (Z)	1.000
MVA (Y)	1.000

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Nilai *outer loading*-nya di bawah 0,5, sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2. Composite Reliability

Tabel 2 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
CSR (X)	1.000
ROE (Z)	1.000
MVA (Y)	1.000

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Composite Reliability semua variabel penelitian $> 0,7$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

3. Cronbach Alpha

Tabel 3 Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
CSR (X)	1.000
ROE (Z)	1.000
MVA (Y)	1.000

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Pada tabel menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian $> 0,6$. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4. *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan)

Tabel 4 Output *Correlations among Latent Variables with Square* Roots of AVEs

	X	Z	Y
X	(1.000)	0.830	0.890
Z	0.830	(1.000)	0.018
Y	0.890	0.018	(1.000)

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Setiap akar kuadrat AVE (angka-angka di dalam kurung) lebih tinggi daripada korelasi antar variabel pada kolom selain diagonal. Dengan demikian, *outer model* telah memenuhi syarat baik *convergent validity* maupun *discriminant validity*.

5. Uji Goodness Of Fit (Inner Model)

Tabel 5 Nilai *R-Square*

Variabel	Nilai <i>R-Square</i>
MVA (Y)	0,413

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Nilai *R-Square* untuk variabel MVA adalah 0,413. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya MVA dapat dipengaruhi oleh CSR.

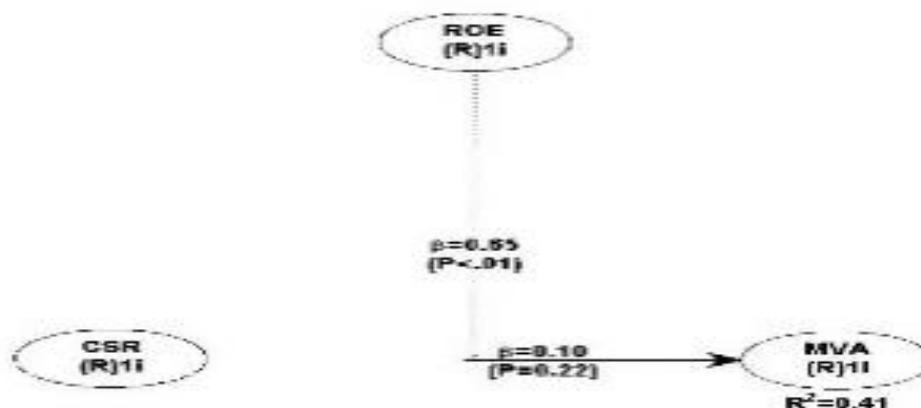
Tabel 6 Nilai *Q-Square*

Variabel	Nilai <i>Q-Square</i>
MVA (Y)	0,488

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Nilai *Q-Square* untuk variabel MVA sebesar 0,488. Dengan demikian, dari hasil tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki *goodness of fit* yang cukup baik.

6. Pengujian Hipotesis



Gambar 1 Hasil Estimasi dari Model Penelitian

Tabel 7 Tabulasi Hasil Estimasi dari Model Penelitian

Variabel	Koefisien Jalur (β)	<i>p-value</i>	Ket
CSR →MVA	0,10	0,22	Tidak Signifikan
CSR →ROE→MVA	0,65	0,01	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil uji hipotesis menunjukkan besarnya nilai koefisien jalur 0,10 dan nilai *p-value* 0,22 yang berarti tidak terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2018.

Hasil estimasi *path coefficients* untuk menguji kekuatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan memasukkan peran variabel moderasi adalah ROE (Z) memoderasi pengaruh CSR (X) terhadap MVA (Y). Nilai variabel CSR yang dimoderasi oleh ROE menunjukkan nilai signifikansi $0,01 < \alpha < 0,05$ yang signifikan dengan arah positif. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ROE mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan jenis *pure moderating*, yaitu variabel yang tidak mampu menjadi variabel independen namun mampu memoderasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

***Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

Hasil pembuktian hipotesis pertama membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga karena adanya UU tentang perseroan terbatas No. 40 tahun 2007 tentang perihal pelaksanaan CSR. Sehingga investor merasa tidak perlu melihat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, karena perusahaan pasti akan melakukannya jika perusahaan tidak ingin mendapat sanksi perundang-undangan (Puspitasari, 2009). Pelaksanaan CSR merupakan strategi jangka panjang, sehingga untuk menikmati hasil pelaksanaan CSR yang tercermin dalam kinerja perusahaan membutuhkan waktu cukup lama, sehingga wajar jika dalam jangka pendek pelaksanaan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya *corporate social responsibility* tidak berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena, yaitu kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR, dan CSR tidak dapat diukur secara langsung. Alasan orang membeli saham, memperoleh *capital gain* atau peningkatan harga saham, menerima pembayaran dividen dan mendapatkan hak “suara” dan ikut mempengaruhi jalannya perusahaan (Ermayanti, 2019).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Ramona, (2017) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi, hasilnya menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa Profitabilitas (ROE) mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (MVA). Artinya kenaikan profitabilitas (ROE) yang didukung dengan penerapan dan pengungkapan CSR, mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Sehingga masyarakat akan memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya.

Semakin baik kinerja perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya (ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat dan akibatnya para investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian telah dilakukan oleh Yudowati, (2017) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Hasil penelitian membuktikan bahwa Pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan semakin kuat pada saat profitabilitas tinggi.

E. PENUTUP

Corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa fenomena, yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018, variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung dan beberapa perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2018 tergolong perusahaan impresif.

Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Muid, Moch. Ronni Noerirawan.2012.Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). Jurnal Akuntansi Volume 1 No.2 Hal. 4.

- Ardilla Johan. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Ermayanti, D. (2019). Kinerja Keuangan Sebagai Mediasi Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Disertasi*. Univ Merdeka Malang .
- Harmono, S.E, M.Si., 2009, Manajemen Keuangan Berbasis *Balanced Scorecard*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Hwihanus 2018. Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Dan *Sustainability Report* Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013 – 2015. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Lestari, H. M., dan Fidiana, 2015, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4, No. 12.
- Nofrita, Ria. 2013. “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI).” *Jurnal Akuntansi* 1.1.
- Puspitasari, Apriani Daning, 2009, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia”, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Putra, Angga Alif dkk. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Ramona, Suci. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2015. Universitas Pasir Pengaraian.
- Rosiana., Juliarsa., & Sari, Maria. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3(2013):723-738
- Setianingrum, Wahyuning Ambar. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.

Sholihin, Mahfud, Ph. D dan Ratmono Dwi, Dr. 2013. “Analisis SEM-PLS dengan Wrap PLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis”. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.

Sudana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.