
**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: *SYSTEMATIC
LITERATURE REVIEW***

Aulia Putri Utami^{1*}, Arham Rasyid Andi Kunna², Sri Sundari³, Afdal Madein⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Kota Makassar

**Corresponding Author e-mail:* auliautami345@gmail.com¹

arhamrasyid14@gmail.com², sriamir66@yahoo.com³, afdal@unhas.ac.id⁴

Masuk: Desember 2023	Penerimaan: Januari 2023	Publikasi: Maret 2023
----------------------	--------------------------	-----------------------

ABSTRAK

Perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan laba saat ini, dan dalam jangka panjang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan berdampak terhadap peningkatan efisiensi keuangan perusahaan dan loyalitas dari konsumen maka profitabilitas perusahaan juga cenderung meningkat sehingga memberikan sinyal positif untuk menarik para investor menanamkan modalnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan menggunakan metodologi tinjauan pustaka (*systematic literature review*) dan teknik analisis data empiris, beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas dalam perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate social responsibility*; Profitabilitas; Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

The company has short term and long term goals. In the short term the company aims to maximize current profits, and in the long term it aims to increase the value of the company. The purpose of this research is to analyze the effect of disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) and Profitability on firm value. The corporate social responsibility activities carried out by the company have an impact on increasing the company's financial efficiency and consumer loyalty, so the company's profitability also tends to increase thereby giving a positive signal to attract investors to invest. This can affect the value of the company. By using the systematic literature review methodology and empirical data analysis techniques, several previous studies found that disclosure of corporate social responsibility and profitability within a company has a positive and significant effect on firm value.

Keywords : *Corporate Social Responsibility*; profitability; firm value.

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini perusahaan tidak hanya diuntut untuk terus melakukan inovasi agar perusahaan tersebut bisa terus bertahan juga harus turut serta berfikir tentang bagaimana perusahaan tersebut mempunyai nilai yang baik dimata para investor dan

masyarakat. Apabila perusahaan sudah mendapatkan penilaian yang baik dari para investor maka perusahaan tersebut sudah mencapai tujuannya karena peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai oleh perusahaan.

Nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang telah diraih oleh suatu perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya, melalui berbagai proses kegiatan, dimulai dari perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan menjadi hal yang sangat penting karena dapat mencerminkan kekayaan para pemegang sahamnya. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan tersebut beroperasi dalam bisnisnya serta dalam mencapai laba yang sudah ditargetkan (Akmalia et al., 2017).

Pada dasarnya berdirinya suatu perusahaan pasti memiliki tujuan, tujuan tersebut dapat dikategorikan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek, perusahaan akan berusaha untuk mengoptimalkan laba saat ini, sedangkan dalam jangka panjang perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Adhitya et al., 2016). Ketika para investor ingin melakukan investasinya pada suatu perusahaan, investor tersebut akan mencari tau terlebih dahulu mengenai perusahaan yang akan diinvestasikan, serta memilih perusahaan mana yang paling menguntungkan bagi investor. Nilai perusahaan menunjukkan seberapa tinggi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, sehingga dapat menjadi gambaran investor untuk melakukan investasi. Nilai perusahaan yang tinggi, akan membuat investor maupun pasar percaya terhadap kinerja perusahaan pada saat ini dan masa yang akan datang.

Nilai perusahaan dalam pengungkapannya sebenarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Corporate Social Responsibility (CSR) atau biasa disebut tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial (CSR) merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam mengukur tingkat nilai perusahaan. CSR perlu diperhatikan oleh perusahaan, yang berarti bahwa perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat atau terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder), untuk itu masyarakat perlu informasi mengenai perusahaan sudah melaksanakan tanggung jawab sosialnya sehingga masyarakat hidup tentram dan

damai, kesejahteraan karyawan terpenuhi dan keamanan masyarakat. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak melakukan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan sekitar berdampak negatif maka akan timbul keresahan masyarakat, sehingga CSR merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan agar meningkatkan citra perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan oleh (Arma'atush, Susyanti, & ABS, 2019) yang memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan tidak didukung (Sari, Handayani, & Nuzula, 2016) yang memperoleh hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Maria Hendriani (2019), Salah satu indikator yang sering kali dilihat oleh investor dan merupakan rasio utama yaitu rasio profitabilitas. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi salah satunya oleh besar atau kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas ialah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya selama periode tertentu. Rasio profitabilitas akan sangat berguna bagi para investor yang akan menanamkan modal disuatu perusahaan sebagai alat pertimbangan dalam mengambil keputusan. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi dan stabil akan menarik perhatian para investor, karena hal tersebut akan menguntungkan investor. Dari keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat dipercaya bahwa keberlangsungan hidup suatu perusahaan pada masa yang akan datang atau bertahan setidaknya satu tahun kedepan untuk mempertahankan perusahaan yang going concern. Terdapat beberapa penelitian yang berhasil membuktikan hubungan yang positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, yaitu yang dilakukan oleh (Amirul & Dini, 2020). Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh (Ni Luh Laksmi, 2021) menunjukkan hasil yang berbeda.

B. KERANGKA TEORI

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai komitmen suatu perusahaan untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan bekerja sama dengan karyawan, komunitas lokal serta masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi perusahaan sendiri maupun pembangunan. Pada dasarnya program CSR terkait dengan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan). Tanggung jawab sosial dalam perusahaan

didasarkan pada *triple bottom line*, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sinergi ketiga unsur ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan. Implementasi program CSR berkelanjutan akan memiliki dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik bagi perusahaan itu sendiri maupun pemangku kepentingan, serta menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri (Murad, 2020).

2. Profitabilitas

Profitabilitas berarti kemampuan organisasi untuk menghasilkan keuntungan secara keseluruhan dari latihan yang telah dilakukan selama periode akuntansi (Prosetyorini dalam Hery 2017). Menurut Yulandani, Hartanti, & Dwimulyani (2018), Profitabilitas adalah tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan selama menjalankan operasinya. Laba yang dapat dibagikan kepada pemegang saham adalah laba setelah bunga dan pajak. Semakin besar akumulasi keuntungan, semakin baik posisi perusahaan untuk memaksimalkan pengoperasian aset perusahaan. Dapat dikatakan tingkat keuntungan yang tinggi mencerminkan kinerja manajer yang baik, sehingga prospek perusahaan ke depan juga baik.

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga pasar yang akan bersedia dikeluarkan untuk calon pemegang saham untuk pertanggungjawaban dan perlindungan nilai dengan mengevaluasi kelebihan administrasi yang menjalankan organisasi. Menurut Sartono dalam (Utomo 2019), nilai perusahaan adalah nilai yang bersedia ditawarkan dari sebuah asosiasi sebagai bisnis yang berkelanjutan, setiap transaksi kelimpahan selama penurunan harga adalah nilai dari asosiasi manajemen yang mengelola asosiasi. Keown dalam (Utomo 2019) juga menambahkan bahwa nilai perusahaan juga dapat dilihat sebagai keuntungan pasar dari perlindungan kewajiban yang luar biasa dan nilai perusahaan. Husnan dalam (Utomo 2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat disimpulkan sebagai nilai yang akan dibayar pembeli, dengan asumsi bahwa organisasi tersebut dijual. Berdasarkan (Fauziah 2017), nilai perusahaan dapat diperkirakan dengan menggunakan *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV). Salah satu pedoman penilaian menurut (Utomo 2019) adalah dengan menggunakan metode biaya persediaan yaitu *Tobin's Q*.

C. METODE PENELITIAN

Rencana penelitian yang akan dilakukan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai

perusahaan adalah dengan *systematic literature review* (SLR). Artikel-artikel yang digunakan oleh penulis diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan *keyword* seperti Pengungkapan CSR, Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Proses peninjauan yang dilakukan oleh penulis terdiri dari meninjau abstrak yang sesuai dengan *keyword* dan tujuan penelitian dari artikel. Kemudian memilih artikel dengan rentan waktu yang digunakan dalam 10 tahun terakhir.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Artikel ini mengidentifikasi sebanyak 15 artikel yang terkait dengan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berikut adalah tabel yang terkait dengan artikel akan dianalisis:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Terkait Pengaruh CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

N o.	Pengarang, Tahun, Judul	Tujuan Penelitian	Hasil
1.	Hamzah, A. (2020).	Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, pengungkapan CSR, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.
2.	Wibowo, S.S.A. (2016).	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan CSR dan masing-masing indikatornya (GRI) terhadap nilai perusahaan dan indikator mana yang menjadi perhatian paling utama oleh perusahaan.	Dari 6 indikator CSR yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, HAM, sosial masyarakat, dan tanggung jawab produk tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan begitu pula dengan pengungkapan CSR secara keseluruhan.
3.	Wahyuni, dkk. (2018).	Untuk menganalisis bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan pengaruhnya sebagai variabel pemoderasi.	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan analisis variabel moderating dengan metode uji interaksi MRA menunjukkan bahwa pengungkapan corporate social responsibility tidak memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

N o.	Pengarang, Tahun, Judul	Tujuan Penelitian	Hasil
4.	Vonna, S.M., & Rahmazaniati, L. (2018).	Untuk menguji hipotesis (hypothesis testing) yang telah dikembangkan berdasarkan teori-teori dan penelitian terdahulu.	Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5.	Puspitaningrum, D. & Trisnawati, R. (2019).	Untuk mengetahui pengaruh CSR Expenditure, CSR disclosure, dan Corporate Governance terhadap nilai perusahaan selama periode 2015-2018.	Variabel CSR Expenditure dan Good governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Variabel CSR Disclosure tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6.	Purbawangsa, I.B.A., dkk. (2019).	Untuk menguji hubungan corporate governance dan profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel intervening.	Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Corporate Governance tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui pengungkapan CSR.
7.	Anindita, P., & Yulianti, R. (2017).	Untuk menguji hubungan antara pengungkapan corporate social responsibility (CSR), profitabilitas dan nilai perusahaan.	Pengungkapan CSR dapat berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan tanpa adanya profitabilitas sebagai variabel mediasi.
8.	Yuvianita, M., dkk. (2022).	(1) Menganalisis pengaruh antara pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan nilai perusahaan (PBV) (2) Menganalisis pengaruh antara profitabilitas perusahaan (GPM) dengan nilai perusahaan (PBV) (3) Menganalisis pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap profitabilitas (GPM).	Variabel pengungkapan CSR yang menggunakan GRI 2016 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV. Sedangkan variabel profitabilitas yang diproksikan dengan GPM memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV. Dan untuk variabel pengungkapan CSR yang menggunakan GRI 2016 memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan GPM.
9.	Pohan, Hotman Tohir., dkk. (2022).	Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Pengungkapan CSR dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah dan tidak

N o.	Pengarang, Tahun, Judul	Tujuan Penelitian	Hasil
		dan pengaruhnya sebagai variabel pemoderasi.	berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Candra, Adriana . Gita., & Cipta, W. (2022).	Untuk menguji pengaruh (1) profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan, (2) profitabilitas dan nilai perusahaan, dan (3) pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.	Profitabilitas dan pengungkapan CSR secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan.
11	Saputra, . Mohammad Rizky., dkk. (2022).	Untuk mengetahui apakah ada pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.	Tidak ada dampak yang masif antara Corporate Social Obligation (CSR) terhadap nilai perusahaan.
12	Safira, F., & . Widajayantie, T, D., (2021).	Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019.	Profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
13	Fitri, Elyana Putri . Nur., & Haryati, T. (2022).	Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
14	Meidona, S., & . Angraini, M. (2019).	Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar	Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

N o.	Pengarang, Tahun, Judul	Tujuan Penelitian	Hasil
		dalam IDX30 periode 2012-2016.	
15	Khofifah, Dinda . Nur., dkk. (2022).	Untuk menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas pada nilai perusahaan.	Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Hamzah (2020) mengungkapkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena para pemangku kepentingan cenderung membeli saham untuk mendapatkan *capital gain* tanpa mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Kemudian profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena semakin besar nilai perusahaan maka ROA suatu perusahaan semakin baik. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratiwi & Wiksuana, 2020), (Rahma, Makhdalena, & Trisnawati, 2017), (Yahdiyani & Suryono, 2017), (Suwardika & Mustanda, 2017), dan (Novari & Lestari, 2016) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Namun pada beberapa penelitian lainnya menunjukkan hasil yang berbeda yang mengungkapkan bahwa konsekuensi dari pengujian sebagai *Corporate Social Responsibility* secara fundamental tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang diarahkan oleh (Putri, Sudarma, and Purnomosidhi 2016) yang memperoleh penelitian menghasilkan jenis perusahaan yang layak tidak terpengaruh oleh *Corporate Social Responsibility*. Hasil yang berbeda juga diungkapkan oleh Anindita (2019) bahwa tingkat profitabilitas yang semakin baik dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan sehingga nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya menjadi lebih baik. Walaupun pengungkapan CSR dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas, namun pengungkapan CSR berdasarkan hasil penelitian juga dapat berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan tanpa adanya profitabilitas sebagai variabel mediasi. Namun dari berbagai sumber penelitian, mayoritas dari hasil yang didapatkan mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif.

E. KESIMPULAN

Tujuan dari tinjauan penelitian ini adalah untuk menganalisis lebih jauh terkait dengan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengaruh yang berbeda dari pengungkapan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan diidentifikasi berdasarkan analisis empiris dari berbagai literatur penelitian sebelumnya. Beberapa pernyataan menunjukkan bahwa CSR merupakan upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan agar tetap menjaga keseimbangan antara aspek

ekonomi, sosial dan lingkungan, serta dijelaskan pula bahwa pengungkapan CSR juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat bagi perusahaan maupun pembangunan masyarakat. Semakin banyak aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan, semakin besar dampaknya terhadap peningkatan efisiensi keuangan perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan apresiasi investor dipasar modal dan meningkatkan nilai perusahaan yang ditujukan pada peningkatan harga saham perusahaan. Dengan semakin meningkatnya loyalitas dari konsumen maka profitabilitas dari sebuah perusahaan juga cenderung akan meningkat. Bagi perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi dapat memberikan sinyal positif untuk menarik para investor untuk menanamkan modalnya sehingga mempengaruhi nilai perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terbatasnya jumlah artikel yang menjadi sumber dalam menganalisis hasil penelitian serta hanya menggunakan beberapa variabel. Artikel yang digunakan juga termasuk periode lama, serta dalam menentukan item pengungkapan CSR tidak ada ketentuan yang dapat menyeragamkan pemilihan item pengungkapan CSR sehingga pemilihan item pengungkapan CSR akan berbeda untuk setiap peneliti. Terdapat implikasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya antara lain pengambilan keputusan investasi yang dilakukan oleh investor tidak memandang dari pelaksanaan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan karena dianggap sebagai hal yang sudah seharusnya dilaksanakan oleh perusahaan.

REFERENSI

- Anindita, P. & Yuliati, R., 2017. Pengungkapan corporate social responsibility, profitabilitas dan nilai perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XX*.
- Candra, A. G. & Cipta, W., 2022. Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Profesi*, XIII(1).
- Fitri, E. P. N. & Haryati, T., 2022. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal ekonomi, keuangan, dan bisnis syariah*, IV(6), pp. 1935-1941.
- Hamzah, A. & Widyawati, D., 2020. Pengaruh profitabilitas, pengungkapan corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, September(9).
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V. & Pebriani, R. A., 2022. Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, III(1).

- Meidona, S. & Angaini, M., 2019. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di IDX30 periode 2012-2016. *III*(1).
- Pohan, H. T., Noor, I. N. & Bhakti, Y. F., 2018. Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, *V*(1), pp. 41-52.
- Purbawangsa, I. b. a., S., Fernandes, A. A. & Rahayu, S. M., 2019. Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social responsibility journal*.
- Puspitaningrum, D., 2019. Pengaruh corporate social responsibility expenditure, corporate social responsibility disclosure, dan corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Syariah Paper*.
- Safira, F. & Widajantie, T. D., 2021. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *XIV*(1), pp. 103-112.
- Saputra, M. R., Sumiati, A. & Zulaihati, S., 2022. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, *III*(1), pp. 181-192.
- Vonna, S. M. & Rahmazaniati, L., 2018. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility serta dampaknya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang termasuk dalam indeks sri-kehati yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *AKBIS*, pp. 71-80.
- Wahyuni, AP, I. N. N. & Hidayati, S. A., 2018. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, *VII*(2).
- Wibowo, S. S. A. & Sabillilah, A., 2016. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *Ekspansi*, *8*(1), pp. 47-60.
- Yuvianita, M., Ahmar, N. & Mandagie, Y. R. O., 2022. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *JIAP*, *II*(9), pp. 138-150.