

## PENGARUH RETURN ON ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SEKTOR PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2020-2023

Jeni Karolina D.L.<sup>\*1</sup>, Andi Batary Citta<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lasharan Jaya, Indonesia

\*Corresponding Author: [jenikarolina982@gmail.com](mailto:jenikarolina982@gmail.com)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 01 Juni 2024</p> <p>Revised : 04 Juli 2024</p> <p>Accepted : 02 Agustus 2024</p> <p>Publication : 31 Agustus 2024</p> <p><b>Keywords:</b> Return on Asset (ROA), Firm Value, Corporate Social Responsibility (CSR).</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Return on Asset (ROA), Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR).</p> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p><b>Abstract:</b> <i>This study aims to analyze the impact of profitability on firm value in the mining sector and to evaluate whether CSR disclosure moderates this relationship. This research uses a quantitative method with a causal approach, Secondary data used in this study were obtained from financial reports of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020 to 2023. The study population consists of 28 companies in the Metal and Components sub-sector listed on the IDX. From this population, 18 companies were selected as samples, with data taken from the period 2016 to 2022. Data analysis shows that ROA has a significant positive impact on firm value, with a coefficient of 4.502 and a significance value of 0.003, confirming that profitability is an important factor in increasing firm value. However, CSR produced results contrary to the initial hypothesis. This indicates that CSR does not strengthen the positive effect of ROA on firm value but rather reduces it. The findings of this study provide new insights into the complexity of the relationship between profitability and firm value in the context of CSR and challenge the common understanding that CSR always enhances the positive impact of profitability on firm value.</i></p> <p><b>Abstrak:</b> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan serta mengevaluasi apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal, Data sekunder yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 hingga 2023. Populasi penelitian terdiri dari 28 perusahaan di sub sektor Logam dan Komponen yang terdaftar di BEI. Dari populasi tersebut, 18 perusahaan terpilih sebagai sampel, dengan data yang diambil dari periode 2016 hingga 2022. Analisis data menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien sebesar 4,502 dan nilai signifikansi 0,003, menegaskan bahwa profitabilitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Namun, CSR menunjukkan hasil yang tidak sesuai dengan hipotesis awal. Hal ini mengindikasikan bahwa CSR tidak memperkuat pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan, melainkan mengurangi pengaruh tersebut. Hasil penelitian ini memberikan wawasan baru tentang kompleksitas hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dalam konteks CSR, serta menantang pemahaman umum bahwa CSR selalu memperkuat dampak positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.</p>
--	--

## INTRODUCTION

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih setelah pajak dan bunga yang mana keuntungan tersebut akan dibagikan kepada para pemegang saham. Menurut Sari (2024) profitabilitas adalah hasil akhir dari kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan pada suatu perusahaan, maka semakin baik pula nilai perusahaan.

Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang di peroleh dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Menurut Anggraini (2022) profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai baik, artinya nilai perusahaan juga akan semakin baik dimata investor. Salah satu cara mengukur rasio profitabilitas adalah dengan menggunakan Return On Assets (ROA).

Return On Asset adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan Yomungga (2022). Semakin tinggi nilai ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik. Menurut Christiaan (2023) pertumbuhan ROA akan memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan investor melalui tingkat return investasi yang tinggi. Pertumbuhan ROA juga dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek pertumbuhan yang baik. Investor akan termotivasi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga akan berdampak pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.

Perusahaan yang mampu menghasilkan yang besar akan mampu menarik para investor, karena investor perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar adalah perusahaan yang mempunyai nilai baik, sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap investor. Kepercayaan investor ini yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan akan terjadi jika terdapat kerja sama antara manajemen perusahaan dan pihak yang meliputi *shareholder* maupun *stakeholder* dalam pengambilan keputusan keuangan dalam meningkatkan modal kerja yang dimiliki Nursasi (2020). Dengan demikian profitabilitas ini sangat berpengaruh terhadap investor dan juga menjadi alasan perusahaan untuk tetap berupaya dalam memaksimalkan

sumber daya yang ada agar dapat mencapai target yang mana telah direncanakan oleh perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Saat ini banyak perusahaan yang mengalami perkembangan, namun seiring dengan perkembangan tersebut ekosistem lingkungan mengalami ketidakstabilan. Masyarakat juga mulai sadar akan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan dan lebih memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan melakukan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dalam pelaksanaan pertanggung jawaban sosial perusahaan, antara lain produk lebih disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor.

Di beberapa tahun, ada ketidaksesuaian yang mencolok antara ROA dan nilai perusahaan. Misalnya, PT. Adaro Energy Tbk (ADRO) pada tahun 2022 menunjukkan peningkatan ROA (6,5% dari 6,0% pada 2021), tetapi nilai perusahaannya justru menurun (1,3 dari 1,4). Ini bisa mengindikasikan bahwa ada faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi nilai perusahaan, atau bahwa ROA tidak sepenuhnya mencerminkan efisiensi kinerja perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Terlihat bahwa perusahaan dengan skor CSR lebih tinggi (seperti PT. Bumi Resources Tbk) tidak selalu memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi, meskipun CSR dianggap seharusnya memperkuat hubungan antara ROA dan nilai perusahaan. PT. Bumi Resources Tbk, meskipun memiliki skor CSR yang konsisten tinggi, tetap memiliki nilai perusahaan yang relatif rendah. Hal ini bisa menunjukkan bahwa CSR dalam konteks ini tidak selalu efektif sebagai variabel moderasi atau ada ketidakefisienan dalam pelaksanaan program CSR yang tidak tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Isyarat atau signal adalah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan dimana manajemen mengetahui informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai internal perusahaan dan prospek perusahaan di masa depan dari pada pihak investor (Andreas, 2022). *Teori Signalling* berakar pada teori akuntansi pragmatik. Menurut Maranatha (2022) teori akuntansi pragmatik yang memusatkan perhatiannya kepada pengaruh informasi terhadap perubahan perilaku pemakai laporan. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada saat pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran

pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham (Saputri, 2021). Silaban (2020) menyatakan bahwa tujuan manajer keuangan dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau dalam bahasa Indonesia yang berarti tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan (Fatima, 2023). Menurut *The World Business Council for Sustainable (WBCSD)* dalam Kevin (2023) CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas keuangan perusahaan terhadap harga saham.

Perhitungan rasio profitabilitas dapat diwakili oleh Return On Asset (ROA) (Sulasih, 2021). Menurut Wulandari (2022) ROA merupakan rasio yang dapat menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Profitabilitas adalah ukuran perbandingan antara pendapatan dan pengeluaran atau dapat dikatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya (Hanindia, 2022). Perusahaan yang memiliki *profit* yang tinggi biasanya memiliki *leverage* yang rendah atau lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan dengan *profit* yang rendah. Menurut Suhardiyah (2021) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (laba) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Tingginya profitabilitas yang dimiliki perusahaan mengakibatkan perusahaan lebih banyak menggunakan pendanaan dari dalam perusahaan, karena jika profitabilitas semakin tinggi, maka perusahaan dapat menyediakan laba ditahan dalam jumlah yang lebih besar, sehingga penggunaan hutang dapat ditekan (Ripany, 2022). Laba ditahan akan digunakan sebagai pilihan utama dalam pembiayaan perusahaan sehingga dalam struktur modal penggunaan hutang akan semakin rendah seiring dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan.

Pengaruh CSR sebagai variabel moderasi (ROA x CSR) tidak menunjukkan korelasi yang jelas dengan nilai perusahaan. Misalnya, pada tahun 2023, PT. Bumi Resources Tbk memiliki nilai moderasi tertinggi (5000), tetapi nilai perusahaannya tetap rendah (1,2). Ini menunjukkan bahwa meskipun CSR tinggi, hal tersebut tidak cukup

untuk meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan, yang bisa menandakan bahwa CSR mungkin bukan faktor moderasi yang efektif dalam semua kasus. Variasi dalam efektivitas CSR di antara perusahaan menunjukkan adanya masalah dalam konsistensi data. Perusahaan yang memiliki ROA dan CSR yang lebih tinggi seharusnya, dalam teori, menunjukkan nilai perusahaan yang lebih tinggi, tetapi hal ini tidak konsisten dalam tabel. Ini menimbulkan pertanyaan apakah CSR benar-benar berfungsi sebagai moderasi yang efektif atau apakah ada variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan serta mengevaluasi apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan tersebut.

**METHOD**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal, bertujuan untuk mengetahui dampak variabel independen, dalam hal ini Return on Asset (ROA), terhadap nilai perusahaan, dengan CSR sebagai variabel moderasi. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 hingga 2023. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, dengan fokus pada laporan keuangan yang mencakup aspek profitabilitas, nilai perusahaan, dan pengungkapan CSR. Populasi penelitian terdiri dari 28 perusahaan di sub sektor Logam dan Komponen yang terdaftar di BEI. Dari populasi tersebut, 18 perusahaan terpilih sebagai sampel, dengan data yang diambil dari periode 2016 hingga 2022.

**RESULTS AND DISCUSSION**

**Results**

**Statistik Deskriptif**

**Tabel 4. 1 Analisis Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
<b>ROA</b>	72	.5	93.5	21.243	20.5176
<b>TOBINS'Q</b>	72	3.00	985.09	200.2383	267.46044
<b>CSR</b>	72	1.20	93.17	26.6775	17.62333
<b>Valid N (listwise)</b>	72				

Sumber : Output data dari SPSS 27

Tabel statistik diatas memberikan informasi mengenai nilai minimum, maksimum, nilai rata – rata (*mean*), median dan standar deviasi. Jumlah pengamatan dalam penelitian

adalah 72 sampel. Variabel Profitabilitas yang diukur dengan ROA (*Return On Asset*) memiliki Nilai minimum ROA adalah 0,5, sedangkan nilai maksimum mencapai 93,5. Nilai rata-rata (mean) ROA adalah 21,243 dengan standar deviasi 20,5176. Ini menunjukkan adanya variasi yang cukup besar dalam pengembalian aset di antara perusahaan dalam sampel. Sedangkan nilai rata – rata (*mean*). Variabel Nilai Perusahaan (Tobin's Q) berkisar antara 3,00 hingga 985,09, dengan rata-rata 200,2383. Standar deviasi sebesar 267,46044 menunjukkan bahwa ada variasi yang sangat besar dalam Tobin's Q di antara perusahaan, yang mengindikasikan perbedaan signifikan dalam nilai pasar relatif terhadap nilai buku aset. Variabel CSR memiliki nilai minimum 1,20 dan maksimum 93,17, dengan rata-rata 26,6775. Standar deviasi 17,62333 menunjukkan adanya variasi yang moderat dalam keterlibatan CSR di antara perusahaan dalam sampel.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2021). Untuk menguji normalitas, dapat menganalisis nilai One Sample Kolmogorov Smirnov Test. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya

Tabel 4. 2 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Sminorv Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0776878
	Std. Deviation	1.33312972
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.064
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Tabel di atas menampilkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) terhadap residual yang tidak distandarisasi. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah residual dari model regresi

berdistribusi normal atau tidak, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi. Berdasarkan hasil yang ditampilkan:

- a. Jumlah sampel (N) adalah 72, dengan rata-rata residual sebesar -0,0776878 dan standar deviasi sebesar 1,33312972.
- b. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) atau nilai probabilitas yang diperoleh adalah 0,072.

Karena nilai Asymp. Sig. (0,072) lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa distribusi residual dalam model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dengan kata lain, model regresi ini dapat dianggap valid dalam hal asumsi distribusi normal untuk residual. Ini berarti bahwa hasil analisis regresi yang dilakukan bisa dianggap reliabel karena tidak ada pelanggaran signifikan terhadap asumsi normalitas.

**Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011). Penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk menguji heteroskedastisitas. Setelah dilakukan uji asumsi klasik, terjadi heterokedastisitas. Oleh karena itu, maka dilakukan pembobotan Variance pada variabel ROA. Berikut adalah tabel hasil uji heterokedastisitas sebelum dilakukan pembobotan :

**Tabel 4. 3 Uji Heteroskedastisitas : Glejser Persamaan I**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.955	.135		7.074	.000
	ROA	.005	.005	.135	1.141	.258

a. Dependent Variable: ABS

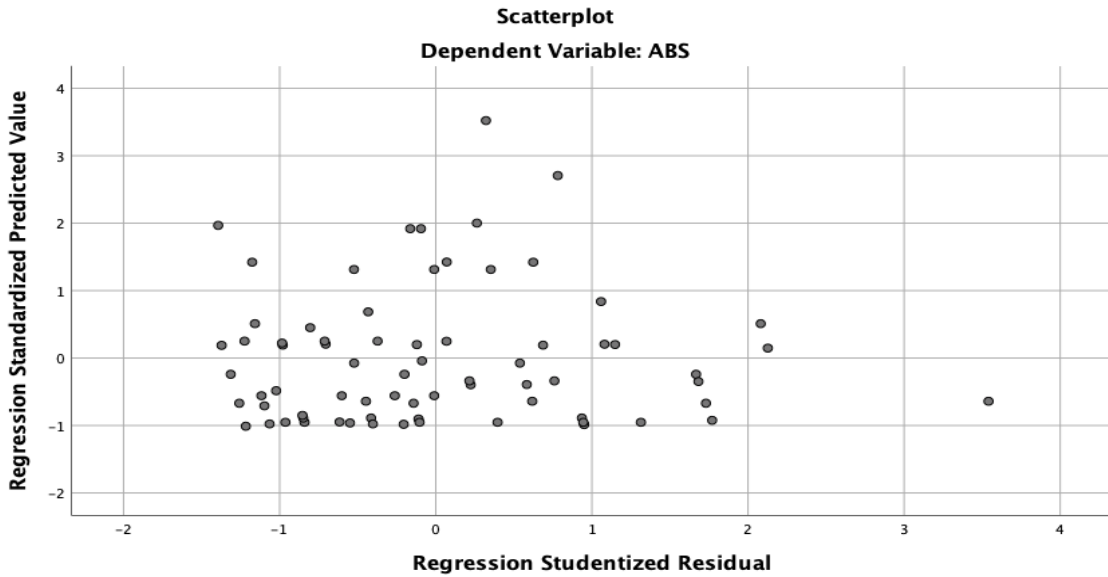
Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser dengan variabel dependen berupa nilai absolut residual (ABS) dan variabel independen Return on Assets (ROA). Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat variabilitas yang tidak sama dalam residual pada setiap level variabel independen, yang jika ada dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi hasil regresi. Berdasarkan tabel tersebut:

- a. Konstanta (Constant) memiliki koefisien sebesar 0,955 dengan nilai t sebesar 7,074 dan signifikansi (Sig.) 0,000. Ini menunjukkan bahwa konstanta secara statistik signifikan.

- b. Koefisien ROA sebesar 0,005 dengan nilai t 1,141 dan signifikansi 0,258. Nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara ROA dan nilai absolut residual.

**Gambar 4. 1 Scatter Plot**



Nilai signifikansi (0,258) yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi ini, setidaknya untuk variabel ROA. Dalam hal ini, scatterplot dari residual yang menyebar secara acak juga mendukung kesimpulan ini, di mana tidak ada pola tertentu yang terbentuk. Hal ini berarti bahwa variabilitas residual adalah konstan di seluruh nilai-nilai prediktor, yang merupakan kondisi ideal untuk asumsi homoskedastisitas.

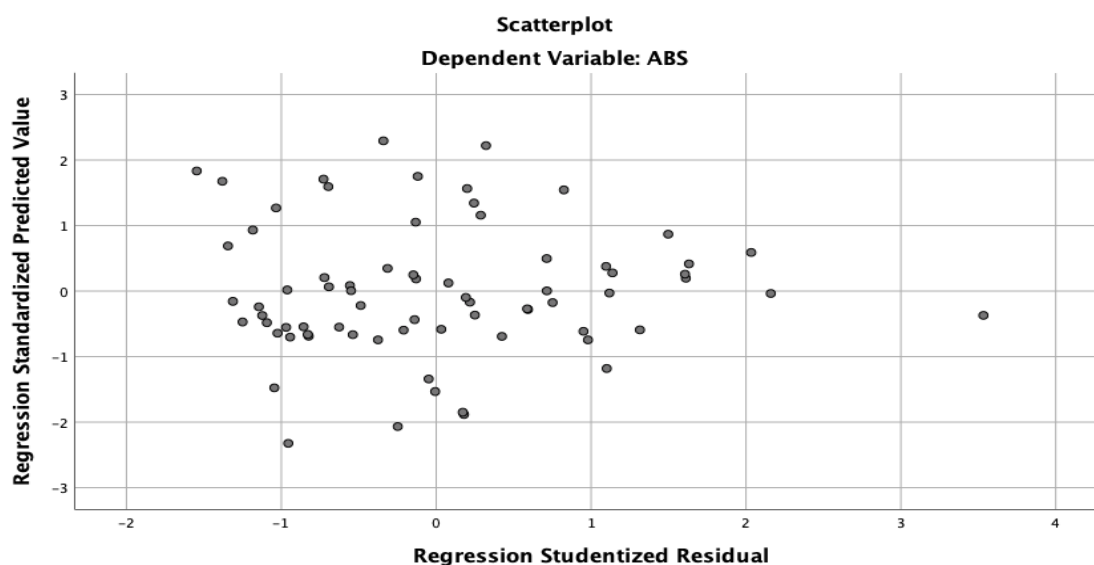
**Tabel 4. 4 Uji Heteroskedastisitas : Glejser Persamaan II**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.117	.201		5.567	.000
ROA	.005	.005	.135	1.141	.258
CSR	-.008	.005	-.168	-1.387	.170
ROA*CSR	7.046E-5	.000	.059	.489	.626

a. Dependent Variable: ABS

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Tabel ini menyajikan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser untuk model regresi yang melibatkan tiga variabel independen: ROA, CSR, dan interaksi antara ROA dan CSR (ROA\*CSR).



Variabel dependen adalah nilai absolut dari residual (ABS), yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi. Dari hasil tabel tersebut:

- a. Konstanta (Constant) memiliki koefisien sebesar 1,117 dengan nilai t 5,567 dan signifikansi (Sig.) 0,000, yang menunjukkan signifikansi statistik yang tinggi.
- b. Koefisien ROA sebesar 0,005 dengan nilai t 1,141 dan signifikansi 0,258. Ini menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual, dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.
- c. Koefisien CSR bernilai negatif sebesar -0,008 dengan nilai t -1,387 dan signifikansi 0,170, juga menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap heteroskedastisitas dalam model.
- d. Interaksi antara ROA dan CSR (ROA\*CSR) memiliki koefisien sebesar 0,00007046 dengan nilai t 0,489 dan signifikansi 0,626. Nilai signifikansi yang jauh lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa interaksi antara ROA dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap variabilitas residual.

Dengan nilai-nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 untuk semua variabel independen (ROA, CSR, dan interaksi ROA\*CSR), hasil ini menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi yang diuji. Scatterplot yang menyebar acak juga mendukung hasil ini, menunjukkan bahwa residual tersebar secara merata tanpa pola yang jelas, yang menandakan bahwa variabilitas residual adalah konsisten di seluruh nilai prediktor. Hal ini berarti bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, yang merupakan salah satu syarat penting dalam analisis regresi untuk menghasilkan estimasi yang tidak bias dan efisien.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan danya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011).

Tabel 4. 5 Uji multikolinieritas Variance Inflation Factor (VIF)Persamaan I

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TOBINS'Q

Variabel Dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Centered* VIF <10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan

Tabel 4. 6 Uji Multikolinieritas Variance Inflation Factor (VIF)Persamaan II

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.997	1.003
	CSR	.962	1.039
	ROA*CSR	.960	1.041

a. Dependent Variable: TOBINS'Q

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Centered* VIF < 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Ghozali, 2011).

Tabel 4. 7 Uji Autokorelasi DW test Persamaan I

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.345 <sup>a</sup>	.119	.107	252.79022	1.055

a. Predictors: (Constant), ROA
b. Dependent Variable: TOBINS'Q

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil uji residual pada SPSS 27 diatas, terlihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1.055. Nilai dL adalah 1.589 dan nilai Du adalah 1.645 diketahui bahwa  $0 < d < dL$  yang dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi positif atau terdapat autokorelasi didalam model regresi

**Tabel 4. 8 Uji Autokorelasi DW test Persamaan II**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.563 <sup>a</sup>	.317	.287	225.87101	1.241

a. Predictors: (Constant), ROA\*CSR, ROA, CSR

b. Dependent Variable: TOBINS'Q

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil uji residual pada SPSS 27 diatas, terlihat bahwanilai Durbin-Watson sebesar 1.241. Nilai dL adalah 1.589 dan nilai dU adalah 1.645 diketahui bahwa  $0 < d < dL$  yang dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi positif atau terdapat autokorelasi didalam model regresi.

**Analisis Regresi Moderasi**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan Moderated Regression Analysis (MRA). Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dengan variabel dependen yang diperkuat atau diperlemah dengan adanya variabel pemoderasi. Berikut persamaan regresi

**Tabel 4. 9 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.462	57.151		.551	.584
	ROA	4.636	1.308	.356	3.543	.001
	CSR	5.476	1.551	.361	3.532	.001
	ROA*CSR	-.136	.041	-.339	-3.316	.001

a. Dependent Variable: TOBINS'Q

Dari tabel 4.16 hasil Moderated Regression Analysis (MRA) didapat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 31,462 + 4,636x + 5,476z - 0,136x*z$$

- a. Konstanta memiliki nilai koefisien sebesar 31,462 dengan nilai t 0,551 dan signifikansi (Sig.) 0,584, yang menunjukkan bahwa konstanta tidak signifikan secara statistik.
- b. ROA memiliki koefisien positif sebesar 4,636 dengan nilai t 3,543 dan signifikansi 0,001, yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan positif terhadap Tobin's Q. Ini berarti peningkatan ROA cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan (Tobin's Q).
- c. CSR juga memiliki koefisien positif sebesar 5,476 dengan nilai t 3,532 dan signifikansi 0,001, menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap Tobin's Q. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat tanggung jawab sosial yang lebih tinggi cenderung memiliki nilai pasar yang lebih baik.
- d. Interaksi antara ROA dan CSR (ROA\*CSR) memiliki koefisien negatif sebesar -0,136 dengan nilai t -3,316 dan signifikansi 0,001. Ini menunjukkan bahwa interaksi antara ROA dan CSR signifikan secara negatif. Artinya, efek ROA pada Tobin's Q dipengaruhi oleh CSR, namun pengaruh ini menjadi lebih kecil atau bahkan berbalik arah ketika CSR tinggi. Dengan kata lain, CSR memoderasi hubungan antara ROA dan Tobin's Q, tetapi secara negatif.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa baik ROA maupun CSR secara individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, saat keduanya berinteraksi, CSR cenderung mengurangi dampak positif ROA terhadap nilai perusahaan, menunjukkan adanya moderasi negatif.

### **Pengujian Hipotesis**

#### **Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan uji distribusi F, yaitu dengan membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan nilai F hitung yang terdapat pada tabel ANOVA sebagai berikut:

#### **Tabel 4. 10 Uji F-test Persamaan 1**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	605788.617	1	605788.617	9.480	.003 <sup>b</sup>
	Residual	4473202.652	70	63902.895		
	Total	5078991.269	71			
a. Dependent Variable: TOBINS'Q						
b. Predictors: (Constant), ROA						

Variabel Dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.12 hasil pengujian persamaan 1 diatas, terlihat bahwa nilai F-statistic sebesar 9.480 dengan nilai signifikansi 0.003 menunjukkan bahwa model regresi yang melibatkan ROA sebagai prediktor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tobin's Q. Karena nilai signifikansi (0.003) lebih kecil dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji variabel ROA adalah model yang fit.

**Tabel 4. 11 Uji F-test Persamaan 2**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1609786.883	3	536595.628	10.518	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3469204.386	68	51017.712		
	Total	5078991.269	71			
a. Dependent Variable: TOBINS'Q						
b. Predictors: (Constant), ROA*CSR, ROA, CSR						

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian pada persamaan 2 tabel 4.13, terlihat bahwa nilai F-statistic sebesar 10.518 dengan nilai signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa model regresi yang melibatkan ROA, CSR, dan interaksi ROA\*CSR secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Tobin's Q. Karena nilai signifikansi (0.000) jauh lebih kecil dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel ROA, CSR, dan interaksinya signifikan dalam menjelaskan variasi dalam nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q. Artinya, kombinasi dari variabel-variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji variabel ROA, ROA dan interaksi antara CSR dan ROA adalah model yang fit

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji T) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan signifikan antara dua kelompok atau populasi. Uji T-test mengasumsikan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal (atau mendekati normal) dan memiliki varian yang sama pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Uji T-test Persamaan 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	104.602	43.039		2.430	.018
	ROA	4.502	1.462	.345	3.079	.003

a. Dependent Variable: TOBINS'Q

Variabel Dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.12 hasil pengujian persamaan 1 diatas, terlihat bahwa menunjukkan hasil uji T-test dari analisis regresi sederhana yang meneliti pengaruh ROA (*Return on Assets*) terhadap Tobin's Q (nilai perusahaan). Berikut adalah interpretasinya:

- a. Konstanta (Constant) memiliki nilai koefisien sebesar 104.602 dengan nilai t 2.430 dan nilai signifikansi 0.018. Ini menunjukkan bahwa jika ROA bernilai nol, maka nilai Tobin's Q diperkirakan sebesar 104.602. Karena nilai signifikansi kurang dari 0.05, konstanta ini signifikan secara statistik, yang berarti bahwa nilai konstanta secara bermakna berbeda dari nol.
- b. ROA memiliki nilai koefisien sebesar 4.502 dengan nilai t 3.079 dan nilai signifikansi 0.003. Ini menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Tobin's Q. Dengan kata lain, setiap peningkatan satu unit pada ROA diharapkan akan meningkatkan nilai Tobin's Q sebesar 4.502, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, hasil ini signifikan secara statistik, yang berarti bahwa pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan adalah bermakna dan tidak terjadi secara kebetulan.

Secara keseluruhan, hasil T-test menunjukkan bahwa ROA adalah prediktor yang signifikan untuk nilai perusahaan, di mana peningkatan dalam ROA cenderung diikuti oleh peningkatan dalam nilai perusahaan yang diukur oleh Tobin's Q.

Tabel 4. 13 Uji T-test Persamaan 2

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.462	57.151		.551	.584
	ROA	4.636	1.308	.356	3.543	.001

CSR	5.476	1.551	.361	3.532	.001
ROA*CSR	-.136	.041	-.339	-3.316	.001
a. Dependent Variable: TOBINS'Q					

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian pada persamaan 2 tabel 4.13, terlihat bahwa :

- a. ROA terhadap nilai perusahaan mempunyai koefisien unstandardized untuk ROA adalah 4.636 dengan nilai t sebesar 3.543 dan signifikansi 0.001. Ini menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi ROA, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hasil ini mendukung hipotesis H1 bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- b. CSR terhadap nilai perusahaan mempunyai koefisien unstandardized untuk CSR adalah 5.476 dengan nilai t sebesar 3.532 dan signifikansi 0.001. CSR juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini berarti bahwa CSR yang lebih tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, pengaruh CSR pada nilai perusahaan tidak diuji sebagai hipotesis utama dalam konteks moderasi dalam hipotesis H2, tetapi hasil ini tetap menunjukkan CSR memiliki efek positif langsung terhadap nilai perusahaan.
- c. Moderasi CSR terhadap hubungan ROA dan nilai perusahaan mempunyai koefisien unstandardized untuk interaksi ROA\*CSR adalah -0.136 dengan nilai t sebesar -3.316 dan signifikansi 0.001. Koefisien ini negatif dan signifikan, menunjukkan bahwa CSR memang memoderasi hubungan antara ROA dan nilai perusahaan. Namun, moderasi ini bersifat negatif, yang berarti bahwa CSR dapat mengurangi pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan. Ini berlawanan dengan hipotesis H2 yang menyatakan bahwa CSR akan memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa, dalam konteks data ini, CSR tidak memperkuat tetapi justru melemahkan pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil uji t-test menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR memiliki pengaruh positif langsung terhadap nilai perusahaan, tetapi CSR justru memperlemah hubungan antara ROA dan nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2011). Berikut adalah tabel hasil dari perhitungan koefisien determasi.

Tabel 4. 14 Koefisien Determasi ( $R^2$ ) Persamaan 1

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.345 <sup>a</sup>	.119	.107	252.79022
a. Predictors: (Constant), ROA				
b. Dependent Variable: TOBINS'Q				

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel output diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,107 atau 10,7%. Hal ini menunjukkan bahwa 10,7% variabel Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan Tobins'Q dapat dijelaskan oleh variabel ROA dan sisanya yaitu 89,3% dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model persamaan.

Tabel 4. 15 Koefisien Determasi ( $R^2$ ) Persamaan 2

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 <sup>a</sup>	.317	.287	225.87101
a. Predictors: (Constant), ROA*CSR, ROA, CSR				
b. Dependent Variable: TOBINS'Q				

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel output diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,287 atau 28,7%. Hal ini menunjukkan bahwa 28,7% variabel Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan Tobins'Q dapat dijelaskan oleh variabel ROA dan sisanya yaitu 71,3% dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model persamaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menggunakan SPSS 27, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Hasil uji hipotesis pertama.

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien untuk ROA adalah 4.636 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, H0 ditolak dan H1 diterima. Ini berarti bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi ROA, semakin tinggi nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang lebih tinggi meningkatkan nilai perusahaan.

## 2) Hasil uji hipotesis kedua

Hasil uji t untuk interaksi antara ROA dan CSR (ROA\*CSR) menunjukkan koefisien sebesar -0.136 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.001. Karena nilai signifikansi ini juga lebih kecil dari 0.05, H0 ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa CSR sebagai variabel moderasi memiliki efek yang signifikan dalam memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Namun, koefisien negatif untuk ROA\*CSR menunjukkan bahwa walaupun CSR memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan, pengaruh tersebut dalam interaksi adalah negatif, yang berarti ada efek moderasi yang memperlemah hubungan positif antara ROA dan nilai perusahaan.

**Tabel 4. 16 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Keterangan	Keputusan
H1	Return On Assets berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Diterima
H2	Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan.	Diterima

## Pembahasan

### Pengaruh Return on Asset (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji parsial ROA (*Return On Asset*) terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 4.502 dan nilai signifikansi 0.003, artinya ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Menurut Wansani and Mispianiti (2022) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. ROA yang tinggi menandakan bahwa perusahaan dapat mengelola asetnya secara efektif dan efisien. Tentu saja investor akan memilih perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal, agar investor mendapatkan *return* dari investasinya. Menurut Suhardiyah (2021) perusahaan yang dapat menghasilkan laba secara maksimal akan memberikan sinyal yang positif bagi investor agar berinvestasi kepada perusahaan. Apabila investor mau berinvestasi kepada perusahaan, maka harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham dan jumlah saham akan berpengaruh pada perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Ali and Faroji (2021), Nurhaliza (2023), dan Rossa (2023) menyatakan

bahwa profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil Uji hipotesis interaksi ROA dan CSR, menunjukkan bahwa nilai koefisiennya sebesar -0,136 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Koefisien ini negatif dan signifikan, menunjukkan bahwa CSR memang memoderasi hubungan antara ROA dan nilai perusahaan. Namun, moderasi ini bersifat negatif, yang berarti bahwa CSR dapat mengurangi pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan. Ini berlawanan dengan hipotesis H2 yang menyatakan bahwa CSR akan memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa, dalam konteks data ini, CSR tidak memperkuat tetapi justru melemahkan pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* memperlambat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Menurut Fauziah (2021) berdasarkan hasil di atas, meskipun perusahaan melakukan investasi dalam CSR, hal ini tidak serta merta meningkatkan nilai perusahaan, bahkan mungkin mengurangi dampak positif yang dihasilkan oleh profitabilitas. Hal ini dapat dilihat bahwa CSR yang seharusnya meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, ternyata memiliki efek yang berbeda dari yang diharapkan ketika berhubungan dengan profitabilitas. Ada beberapa alasan di balik temuan ini. Salah satunya adalah bahwa CSR yang tidak diimbangi dengan kinerja keuangan yang solid atau pengelolaan yang efektif dapat mengalihkan perhatian dari masalah mendasar dalam kinerja perusahaan. Investor mungkin melihat CSR sebagai upaya untuk menutupi kekurangan dalam profitabilitas, sehingga efek positif dari CSR tidak dapat secara efektif meningkatkan nilai perusahaan (Kurniadi, 2022).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori sinyal yang dikemukakan oleh Andreas (2022), jika perusahaan memperoleh laba dan mengungkapkan dalam laporan tahunannya, maka perusahaan telah memberikan sinyal positif kepada investor dan stakeholder. Dengan adanya laba, pihak eksternal maupun internal berfikir bahwa perusahaan akan mampu untuk mempertahankan eksistensinya dalam tahun-tahun kedepan. Perusahaan dengan laba yang tinggi, akan lebih banyak menyisihkan dananya untuk melakukan tanggung jawab sosialnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Wulandari (2017), dan Raningsih (2018) yang menyatakan bahwa CSR dapat memoderasi dan melemahkan pengaruh

profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi CSR yang dilakukan perusahaan menyebabkan bertambahnya beban perusahaan, sehingga menurunkan profitabilitas perusahaan yang berdampak pada penurunan pembagian dividen bagi investor, dan menurunkan minat investor melakukan investasi.

## CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Pengaruh *Return on Asset* terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI 2020-2023 sebagai berikut:

1. ROA Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Return On Asset (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien sebesar 4,502 dan nilai signifikansi 0,003. Ini berarti semakin tinggi profitabilitas perusahaan (ROA), semakin tinggi pula nilai perusahaan, menegaskan bahwa profitabilitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. CSR Memoderasi Hubungan ROA dan Nilai Perusahaan Secara Negatif. Hasil uji hipotesis interaksi antara ROA dan Corporate Social Responsibility (CSR) menunjukkan koefisien sebesar -0,136 dengan nilai signifikansi 0,001. Ini menunjukkan bahwa CSR memoderasi hubungan antara ROA dan nilai perusahaan dengan cara negatif. CSR tidak memperkuat, tetapi malah mengurangi pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan, yang bertentangan dengan hipotesis awal bahwa CSR akan memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan.

## REFERENCES

- Ali, J., & Faroji. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN:(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128-135.
- Andreas. (2022). SIGNALLING THEORY. In *Handbook of Theories for Purchasing, Supply Chain and Management Research* (pp. 445-470). Edward Elgar Publishing.

- Anggraini. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1842-1859.
- Christiaan. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2), 140-151.
- Fatima. (2023). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IMPLEMENTATION: A REVIEW AND A RESEARCH AGENDA TOWARDS AN INTEGRATIVE FRAMEWORK. *Journal of Business Ethics*, 183(1), 105-121.
- Fauziah, D. (2021). PENGARUH TAX AGGRESSIVE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL KONTROL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR SEMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019 [Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan].
- Hanindia. (2022). PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, PROFITABILITAS, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 481-492.
- Kevin. (2023). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERFORMANCE AND STAKEHOLDER ENGAGEMENT: EVIDENCE FROM THE QUANTITY AND QUALITY OF CSR DISCLOSURES. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(2), 504-517.
- Kurniadi. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DALAM PERSPEKTIF TEORI AGENSI:(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2020). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 141-150.
- Maranatha. (2022). PENGARUH LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG

- TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2020). *eProceedings of Management*, 9(5).
- Nurhaliza. (2023). ANALISIS STRUKTUR MODAL, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 9(1).
- Nursasi. (2020). PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CSR SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Aktiva: Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 5(1), 29-44.
- Raningsih. (2018). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 1997-2026.
- Ripany, E. (2022). PENGARUH RASIO PROFITABILITAS, RASIO LIKUIDITAS, DAN RASIO SOLVABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR BATUBARA YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017-2020) [Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan].
- Rossa. (2023). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERUSAHAAN PERBANKAN DI BEI 2019-2021. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 5(1), 88-99.
- Saputri. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 90-108.
- Sari. (2024). PENGARUH RASIO PROFITABILITAS LIKUIDITAS DAN AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 24(1), 55-69.
- Silaban. (2020). PENGARUH PENGHINDARAN PAJAK DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERLISTING DI BEI PERIODE 2017-2019. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 54-67.

- Suhardiyah. (2021). PENGARUH CSR DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN SUB SEKTOR BATU BARA DI BEI TAHUN 2015-2018. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 442-446.
- Sulasih. (2021). PENGARUH RASIO LEVERAGE, RASIO PASAR, RASIO PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1).
- Wansani, S. D., & Mispianiti, M. (2022). PENGARUH PRICE EARNING RATIO, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONEN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(2), 265-281.
- Wulandari. (2017). PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [Udayana University].
- Wulandari. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Yomungga, M. (2022). ANALISIS RASIO PROFITABILITAS DALAM MENILAI PERKEMBANGAN KINERJA KEUANGAN PT. MUNIA LINDO SETYA PRATAMA. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 13118-13128.