

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderator

Nelli Novyarni ^{1*}, Dede Rizki Aminur ², Reni Harni ³, Kartijo ⁴

^{1*,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

^{3,4} Universitas Sali Al-Aitaam, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Corresponding Email: sweetynovyarni@gmail.com ^{1*}

Abstrak. Di pasar domestik, perusahaan seperti PT Bukit Asam Tbk (PTBA) mencatat penurunan pendapatan dan laba pada 2023 dibanding tahun sebelumnya akibat tekanan harga, namun tetap optimistis terhadap prospek jangka panjang dengan strategi diversifikasi pasar dan produksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderator. Objek penelitian adalah perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode archival research untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari annual report dan sustainability report perusahaan yang dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) maupun situs resmi masing-masing perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2023. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA), yang diolah menggunakan perangkat lunak EVIEWS 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 31,56%. Selain itu, efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan tidak bergantung pada tingkat profitabilitas dan profitabilitas tidak selalu menjadi mekanisme penguat antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, sehingga tidak otomatis diterjemahkan menjadi peningkatan nilai di mata pasar.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*; Moderated Regression Analysis; Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan.

Abstract. In the domestic market, companies such as PT Bukit Asam Tbk (PTBA) recorded a decline in revenue and profit in 2023 compared to the previous year due to price pressures, but remain optimistic about long-term prospects with market and production diversification strategies. This study aims to analyze the effect of *Corporate Social Responsibility* (CSR) and Company Size on Company Value, with Profitability as a moderating variable. The research subjects were coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2023 period. This study used a quantitative approach with an archival research method to analyze the effect of *Corporate Social Responsibility* (CSR) disclosure and company size on company value, with profitability as a moderating variable. The data used were secondary data obtained from companies' annual reports and sustainability reports published on the official Indonesia Stock Exchange website (www.idx.co.id) and the official websites of each company. The population in this study was coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2023 period. The sample was selected using a purposive sampling method based on certain predetermined criteria. The data analysis techniques used were multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA), which were processed using EVIEWS 13 software. The results of the study indicate that CSR Disclosure affects Company Value, Company Size affects Company Value. The influence of CSR and company size on company value is 31.56%. In addition, the effectiveness of CSR in increasing company value does not depend on the level of profitability and profitability is not always a reinforcing mechanism between company size and company value, so it does not automatically translate into increased value in the eyes of the market.

Keywords: *Corporate Social Responsibility*; Moderated Regression Analysis; Firm Value; Profitability; Firm Size.

Pendahuluan

Di pasar domestik, perusahaan seperti PT Bukit Asam Tbk (PTBA) mencatat penurunan pendapatan dan laba pada 2023 dibandingkan tahun sebelumnya akibat tekanan harga, namun tetap optimis terhadap prospek jangka panjang dengan strategi diversifikasi pasar dan produksi. Harga batubara thermal global pada 2023 turun cukup signifikan dari puncaknya di 2021–2022 akibat pasokan yang pulih dan permintaan mulai melambat di beberapa negara. Dampaknya, profit perusahaan batubara relatif menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, terutama untuk pemain yang biaya produksinya tinggi. Turunnya harga ini menyebabkan margin keuntungan perusahaan menjadi lebih kecil meskipun volume perdagangan meningkat. Perusahaan diharuskan memberi perhatian pada berbagai aspek penting, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin intens serta tantangan dari era globalisasi. Pada jangka pendek, perusahaan biasanya berfokus pada upaya memaksimalkan laba dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien dan efektif, sedangkan dalam jangka panjang, perhatian utama diarahkan pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham melalui strategi optimalisasi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sendiri dipandang sebagai tujuan utama, karena mencerminkan bagaimana investor menilai kinerja dan prospek ke depan perusahaan, yang biasanya tercermin dalam harga saham. Apabila harga saham meningkat, hal tersebut menunjukkan kepercayaan pasar yang tinggi, yang secara tidak langsung memperkuat posisi serta citra perusahaan di mata publik. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa pasar tidak hanya mempertimbangkan kinerja keuangan, tetapi juga faktor non-keuangan berupa keberlanjutan dan stabilitas perusahaan. CSR meningkatkan nilai perusahaan melalui legitimasi dan reputasi, sementara ukuran perusahaan mencerminkan kekuatan struktural dan daya tahan bisnis. Keduanya menjadi sinyal penting bagi investor dalam menilai nilai perusahaan. Menurut Utomo dan Idayanti

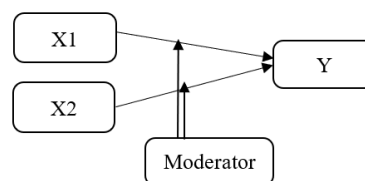
(2024), nilai perusahaan merepresentasikan harga pasar yang akan dibayar investor jika semua kepemilikan perusahaan dialihkan. Nilai ini mencakup total aset berwujud seperti properti dan peralatan, hingga aset keuangan seperti portofolio investasi. Dengan demikian, signifikansi nilai perusahaan tidak hanya terletak pada besaran angka, tetapi juga pada kemampuannya merepresentasikan kinerja operasional dan keuangan secara keseluruhan. Holyfil dan Ekadjaja (2021) menegaskan bahwa nilai perusahaan dapat diibaratkan sebagai indikator utama yang menunjukkan posisi dan citra perusahaan di hadapan publik, serta berdampak positif bagi pemangku kepentingan maupun perekonomian negara. Beberapa penelitian terdahulu menekankan peran faktor-faktor tertentu terhadap nilai perusahaan. Muhlis dan Gultom (2021) mengemukakan bahwa indikator sosial dalam CSR memiliki pengaruh paling signifikan terhadap nilai perusahaan dibanding aspek lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi perusahaan terhadap isu sosial lebih menentukan dalam membentuk nilai perusahaan. Putri & Mardenia (2022) menyatakan bahwa untuk membangun citra yang positif, perusahaan harus memperhatikan faktor non-finansial, seperti CSR, ukuran perusahaan, dan tingkat profitabilitas. Benne & Moningga (2020) juga menemukan bahwa pengungkapan CSR berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Akan tetapi, Mustofa (2021) menjelaskan bahwa CSR tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan, meskipun profitabilitas dapat memperkuat hubungan tersebut. Fenomena terkini menunjukkan tantangan besar yang dihadapi perusahaan sektor pertambangan, khususnya batubara. Fahmy Radhi (2024) mengungkapkan bahwa harga saham perusahaan tambang mengalami penurunan signifikan dari tahun 2022 ke 2023, dan tren ini diperkirakan berlanjut kecuali ada perubahan signifikan. Data dari Bursa Efek Indonesia juga menunjukkan bahwa sebagian besar emiten batubara mencatatkan penurunan harga saham, misalnya PT Alamtri Resources Indonesia Tbk (ADRO) yang turun dari Rp 3.850 menjadi Rp 2.380, serta PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) dari Rp 39.025 menjadi Rp 25.650. Kristina (2024) mencatat bahwa rata-rata Price

to Book Value (PBV) di sektor ini juga menurun dari 2,10 pada 2022 menjadi 1,90 pada 2023, yang menunjukkan melemahnya kepercayaan investor. Kondisi ini semakin diperburuk oleh ketidakpastian global. CNBC Indonesia (2023) menuliskan bahwa kebijakan moneter ketat The Federal Reserve Amerika Serikat telah menekan pergerakan komoditas global, yang berdampak negatif terhadap harga saham batubara. Dalam literatur, ukuran perusahaan kerap dikaitkan dengan nilai perusahaan. Hery (2017) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin luas pula akses terhadap pendanaan eksternal maupun internal, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Mustofa (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda disampaikan oleh Budi & Maryono (2022) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan masih adanya perdebatan mengenai hubungan keduanya. Selain itu, profitabilitas juga menjadi faktor penting. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba, sehingga sering dipandang sebagai sinyal utama bagi investor untuk menilai prospek dan keberlanjutan perusahaan (Hery, 2017). Benne & Moningga (2020) menyebutkan profitabilitas berpotensi memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Namun, Parytri & Wuryani (2024) menemukan bahwa profitabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan. Perbedaan temuan ini menegaskan bahwa peran profitabilitas sebagai variabel moderasi masih menjadi perdebatan. Untuk mengukur nilai perusahaan, rasio Price to Book Value (PBV) banyak digunakan karena mencerminkan tingkat penghargaan pasar terhadap perusahaan di luar nilai yang tercatat dalam laporan keuangan. Andriani (2022) menegaskan bahwa PBV tinggi menunjukkan perusahaan dipandang memiliki kinerja baik oleh pasar, sehingga menarik minat investor. Berdasarkan fenomena dan temuan penelitian sebelumnya yang masih beragam, penelitian ini memfokuskan pada perusahaan tambang batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2023. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh

pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, studi ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang menentukan nilai perusahaan di tengah kondisi pasar yang tidak stabil, sekaligus memperluas literatur terkait pengaruh CSR, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

- X1 = Pengungkapan CSR
- X2 = Ukuran perusahaan
- Y = Nilai perusahaan
- Moderator = Profitabilitas

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2 = Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H3 = Profitabilitas memoderasi pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.
- H4 = Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Metodologi Penelitian

Rancangan Penelitian

Studi ini menganalisis pengaruh pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif berbasis paradigma positivisme (Sugiyono, 2022:37), dengan data sekunder berupa laporan keuangan, laporan keberlanjutan, portal resmi perusahaan, serta Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2023 pada perusahaan subsektor batubara. Variabel independen adalah pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan, variabel moderasi profitabilitas, dan variabel dependen nilai

perusahaan. Analisis statistik dilakukan untuk menguji pengaruh langsung serta peran moderasi profitabilitas dalam hubungan tersebut. Alasan diambil tahun 2021–2023 karena sebelum tahun 2023 harga batubara internasional mengalami penurunan tajam setelah puncaknya di 2022 (sampai 77% dari puncak di kisaran USD 440/ton), yang kemudian berdampak pada pelemahan pendapatan dan profitabilitas perusahaan batubara secara global. Penurunan harga ini sangat memengaruhi nilai pasar emiten batubara karena komoditas utama mereka menjadi kurang menguntungkan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah 34 perusahaan subsektor batubara yang terdaftar di BEI periode 2021–2023. Sampel ditentukan dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2022). Adapun kriterianya: (1) perusahaan aktif terdaftar selama periode pengamatan; (2) mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keuangan secara lengkap; serta (3) memperoleh laba bersih positif. Dari 34 perusahaan, terdapat 15 yang tidak menyajikan laporan secara lengkap dan 5 yang merugi, sehingga hanya 14 perusahaan yang memenuhi kriteria. Dengan periode 3 tahun, jumlah total observasi adalah 42 data (14 perusahaan \times 3 tahun).

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data menjadi pijakan utama untuk menguji hipotesis yang diajukan, di mana secara umum data terbagi menjadi dua jenis, yaitu primer dan sekunder; penelitian ini menggunakan data sekunder berupa informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak ketiga atau dokumen terdahulu (Sugiyono, 2022). Data yang dikumpulkan mencakup variabel Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan, yang bersumber dari laporan keuangan serta laporan tahunan perusahaan subsektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021–2023. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dengan menelusuri literatur seperti buku, jurnal ilmiah, serta sumber daring terpercaya untuk

memperkuat landasan teori dan kerangka konseptual, serta metode dokumentasi dengan menelaah laporan keuangan dan laporan tahunan yang diperoleh dari portal resmi BEI (www.idx.co.id) maupun situs resmi masing-masing perusahaan.

Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen, independen, dan moderasi. Variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diprosikan dengan Price to Book Value (PBV), yaitu perbandingan harga saham dengan nilai buku per saham untuk mencerminkan penilaian pasar terhadap prospek perusahaan. Variabel independen meliputi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang diukur dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRI) berdasarkan GRI Standards 2021 dengan 117 item pengungkapan, serta ukuran perusahaan yang diprosikan melalui logaritma natural total aset (\ln Total Aset). Sementara itu, variabel moderasi adalah profitabilitas yang diprosikan dengan Return on Assets (ROA), yang menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari penggunaan total aset.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik regresi data panel yang diawali analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum data. Regresi data panel dipilih karena menggabungkan dimensi time series dan cross section sehingga lebih komprehensif, dengan pengolahan data dilakukan menggunakan EViews 13. Analisis ini bertujuan menilai pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Uji Asumsi Klasik

Agar hasil regresi valid dan bebas bias, dilakukan uji asumsi klasik menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS). Uji ini mencakup normalitas untuk memastikan residual berdistribusi normal, multikolinearitas untuk mendeteksi korelasi antar variabel independen, heteroskedastisitas untuk melihat kesamaan varians residual, serta autokorelasi guna menguji korelasi serial antar residual.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan memastikan distribusi residual mendekati normal, karena sebagian besar analisis regresi mengasumsikan kondisi ini agar estimasi tidak bias. Menurut Ghozali (2021), pengujian dilakukan dengan Jarque-Bera Test dengan kriteria p-value > 0,05 berarti data normal, sedangkan p-value < 0,05 menunjukkan data tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi korelasi tinggi antar variabel independen yang dapat mengganggu validitas model. Menurut Ghozali (2021), model dianggap mengalami multikolinearitas jika korelasi antar variabel independen > 0,90, dan dinyatakan bebas apabila nilainya < 0,90.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mendeteksi adanya perbedaan varians residual antar observasi, yang seharusnya konstan pada model regresi yang baik. Menurut Ghozali (2021), pengujian dilakukan dengan uji Glejser dan ditentukan berdasarkan p-value, di mana > 0,05 berarti tidak ada heteroskedastisitas, sedangkan < 0,05 menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi residual antar periode, yang jika muncul dapat menyebabkan bias pada estimasi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan Durbin-Watson Test, dengan dasar pengambilan keputusan mengikuti kriteria yang ditetapkan Ghozali (2021).

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berfungsi menggambarkan karakteristik data penelitian secara ringkas, seperti nilai rata-rata, minimum, maksimum, serta standar deviasi. Menurut Ghozali (2021), analisis ini membantu peneliti memahami distribusi data serta kondisi perusahaan sampel penelitian.

Metode Estimasi Regresi Data Panel

Dalam estimasi regresi data panel digunakan tiga pendekatan, yaitu Common Effect Model (CEM) yang mengasumsikan keseragaman

antar entitas, Fixed Effect Model (FEM) yang mempertimbangkan efek khusus tiap entitas dan waktu, serta Random Effect Model (REM) yang mengasumsikan variasi dimasukkan ke dalam error term.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model terbaik dilakukan melalui tiga uji, yaitu Chow Test untuk membandingkan CEM dan FEM, Hausman Test untuk memilih antara FEM dan REM, serta Lagrange Multiplier (LM) Test untuk membandingkan CEM dengan REM. Pemilihan didasarkan pada nilai p-value masing-masing uji.

Analisis Regresi

Analisis regresi data panel digunakan untuk menguji hubungan variabel independen (CSR dan ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan dengan persamaan:

$$PBV = \alpha + \beta_1 CSRI + \beta_2 Size + \epsilon$$

Sedangkan Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menilai peran profitabilitas sebagai variabel moderasi melalui interaksi dengan variabel independen dengan persamaan:

$$PBV = \alpha + \beta_1 CSRI + \beta_2 SIZE + \beta_3 ROA + \beta_4 CSRI * ROA + \beta_5 SIZE * ROA + \epsilon$$

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan kriteria p-value < 0,05 menunjukkan pengaruh signifikan. Selain itu, dilakukan uji Adjusted R² untuk melihat sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pada penelitian ini, objek yang diteliti adalah perusahaan-perusahaan subsektor pertambangan batubara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Dari total 34 perusahaan, hanya 14

perusahaan yang dijadikan sampel melalui metode purposive sampling dengan kriteria: perusahaan bergerak pada subsektor batubara dan terdaftar di BEI periode 2021–2023, memiliki data lengkap terkait variabel penelitian, serta mencatatkan laba selama periode pengamatan. Fokus penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Data penelitian diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), sedangkan analisis dilakukan menggunakan teknik regresi panel dengan software EViews versi 13.

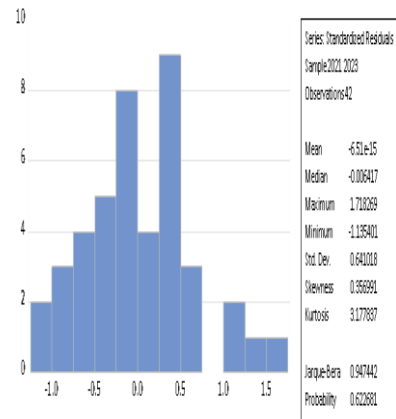
Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan residual dalam model regresi berdistribusi normal. Metode yang digunakan adalah Jarque-Bera (J-B), dengan kriteria: probabilitas $> 0,05$ berarti normal, sedangkan $< 0,05$ berarti tidak normal. Berdasarkan hasil uji J-B dengan nilai

probabilitas $0,622681 > 0,05$, residual dinyatakan berdistribusi normal.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi hubungan tinggi antar variabel independen. Dengan kriteria korelasi $> 0,90$ menunjukkan adanya multikolinearitas. Hasil uji menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen adalah $< 0,90$, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

	CSRI	SIZE
CSRI	1,000000	-0,048071
SIZE	-0,048071	1,000000

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser dilakukan untuk memastikan varians residual konstan (homoskedastisitas). Kriteria yang digunakan adalah: p-value $< 0,05$ menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sedangkan p-value $> 0,05$ menunjukkan tidak ada masalah

heteroskedastisitas. Hasil uji menunjukkan bahwa CSRI memiliki p-value sebesar 0,7093 dan SIZE memiliki p-value sebesar 0,0634, sehingga model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi klasik.

Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Probabilitas
C	2,183419	1,063609	2,052840	0,0468
CSRI	0,152856	0,407063	0,375510	0,7093
SIZE	-0,063048	0,033001	-1,91045	0,0634

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah residual periode sekarang berkorelasi

dengan periode sebelumnya, karena pelanggaran asumsi independensi error dapat mengganggu validitas model regresi. Hasil uji menggunakan

statistik Durbin-Watson (DW) menghasilkan nilai 1,881522. Dengan 42 observasi dan 2 variabel independen pada taraf signifikansi 5%, nilai DW dibandingkan dengan batas atas ($dU = 1,6061$) dan $4-dU = 2,3939$. Karena nilai DW berada di antara batas tersebut ($1,6061 <$

$1,881522 < 2,3939$), maka model regresi dinyatakan tidak mengandung autokorelasi, sehingga asumsi klasik independensi residual terpenuhi.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Root MSE	0.38329	R-squared	0.1573
Mean dependent var	0.15571	Adjusted R-squared	0.1141
S.D. dependent var	0.42258	S.E. of regression	0.3977
Sum squared resid	6.17022	F-statistic	3.6404
Durbin-Watson stat	1.88152	Prob(F-statistic)	0.0355

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian. Variabel CSR (CSRI) memiliki nilai tertinggi 1,000000 (PT Indo Tambangraya Megah Tbk, 2023) dan terendah 0,461538 (PT Dian Swastatika Sentosa Tbk, 2021), dengan mean 0,780423 dan standar deviasi 0,121072. Karena mean > standar deviasi, data CSR dinilai stabil dan representatif. Variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai tertinggi 32,75826 (PT Alamtri Resources Indonesia Tbk, 2022) dan terendah 27,41150 (PT Sumber Global Energy Tbk, 2021), dengan mean 30,26348 dan standar deviasi 1,493386, menunjukkan variasi rendah dan data cukup

stabil. Variabel Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai tertinggi 10,34866 (PT Golden Energy Mines Tbk, 2021) dan terendah 0,352892 (PT Indika Energy Tbk, 2023), dengan mean 1,985468 dan standar deviasi 1,831780, yang berarti variasi data masih terkendali. Variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai tertinggi 0,616346 (PT Golden Energy Mines Tbk, 2022) dan terendah 0,001379 (PT Atlas Resources Tbk, 2023), dengan mean 0,230914 dan standar deviasi 0,163278, menunjukkan data relatif konsisten. Secara keseluruhan, seluruh variabel memiliki mean lebih besar dari standar deviasi, sehingga data dinilai stabil dan representatif.

Tabel 4. Statistik Deskriptif

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Probabilitas
Cross-section random	4,506147	3	0,2117

	CSRI	SIZE	PBV	ROA
Mean	0.780423	30.26348	1.985468	0.230914
Maximum	1.000000	32.75826	10.34866	0.616346
Minimum	0.461538	27.41150	0.352892	0.001379
Std. Dev.	0.121072	1.493386	1.831780	0.163278
Observations	42	42	42	42

Gambar 3. Statistik Deskriptif

Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel Uji Chow (Common Effect Model vs Fixed Effect Model)

Uji Chow dilakukan untuk memilih model terbaik antara Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM). Kriteria pengambilan keputusan: $p\text{-value} > 0,05$ berarti CEM, sedangkan $p\text{-value} < 0,05$ berarti FEM.

Tabel 5. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Probabilitas
Cross-section F	3.051327	-13,25	0.0081
Cross-section Chi-square	3.991592	13	0.0001

Hasil uji menunjukkan probabilitas cross-section F sebesar $0,0081 < 0,05$, sehingga H_0

ditolak. Dengan demikian, model FEM lebih tepat digunakan dibandingkan CEM.

Selanjutnya, pengujian dilanjutkan dengan Uji Hausman untuk membandingkan FEM dengan REM.

Uji Hausman (Random Effect Model vs Fixed Effect Model)

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model estimasi yang lebih tepat antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Kriteria pengambilan keputusan: p-value > 0,05 berarti REM sedangkan p-value < 0,05 berarti FEM. Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas (p-value) dari uji cross-section random 0,2117, yang

melebihi batas signifikansi 5% (0,05). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan REM dinilai lebih tepat untuk digunakan.

Uji Lagrange Multiplier (Random Effect Model vs Common Effect Model)

Uji Lagrange Multiplier (LM) digunakan untuk menentukan model estimasi yang paling sesuai antara Common Effect Model (CEM) dan Random Effect Model (REM) dalam analisis regresi data panel.). Kriteria pengambilan keputusan: p-value > 0,05 berarti CEM sedangkan p-value < 0,05 berarti REM.

Tabel 6. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Cross-section	Test Hypothesis	Time	Both
Breusch-Pagan	3.965698 (0.0464)	0.348796 (0.5548)	4.314494 (0.0378)

Uji Lagrange Multiplier menghasilkan nilai probabilitas cross-section Breusch-Pagan 0,0464, yang lebih kecil dari ambang signifikansi 5%. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak, dan REM dinyatakan sebagai model estimasi yang paling sesuai untuk digunakan dalam analisis regresi data panel.

Kesimpulan Pemilihan Model

Mengacu pada hasil dari pemilihan ketiga model yang sudah dilakukan, maka didapat keputusan terkait metode regresi data panel yang akan digunakan yaitu

Berdasarkan hasil ketiga pengujian model, diperoleh kesimpulan kalau REM merupakan pendekatan yang dianggap paling relevan dan tepat untuk diterapkan dalam penelitian ini. Hasil evaluasi model empiris menunjukkan bahwa pendekatan REM merupakan model terbaik untuk menganalisis pengaruh pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan batubara tercatat di BEI selama periode observasi 2021-2023.

Analisis Regresi Data Panel

Penelitian mengimplementasikan model estimasi data panel dengan pendekatan Random Effect Model (REM) dan menghasilkan persamaan regresi $Y = 6,510177 + 1,378799 CSRI + 0,180723 SIZE + e$.

Tabel 7. Hasil Pemilihan Model

No	Metode Estimasi	Pengujian	Hasil Pemilihan Model
1	Uji Chow	CEM vs FEM	<i>Fixed Effect Model (FEM)</i>
2	Uji Hausman	REM vs FEM	<i>Random Effect Model (REM)</i>
3	Uji Lagrange Multiplier	REM vs CEM	<i>Random Effect Model (REM)</i>

Tabel 8. Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Probabilitas
C	6,510177	2,26185	2,8782	0,0065
CSRI	1,378799	0,66394	2,0766	0,0446
SIZE	0,180723	0,07303	2,4744	0,0179

Nilai konstanta sebesar 6,510177 menunjukkan bahwa ketika variabel independen bernilai nol, nilai perusahaan sebesar 6,510177. Koefisien regresi CSRI sebesar 1,378799 menunjukkan adanya hubungan positif antara CSR dan nilai

perusahaan, di mana peningkatan pengungkapan CSR sebesar 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 1,378799 dengan asumsi variabel lain tetap (*ceteris paribus*). Sementara itu, koefisien regresi

SIZE sebesar 0,180723 juga menunjukkan hubungan positif, artinya peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,180723 dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan demikian, CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis
Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 2,076671 yang lebih besar dibandingkan t-tabel 2,022691, serta nilai probabilitas 0,0446 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan diterima.

Tabel 9. Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Probabilitas
C	6,510177	2,261856	2,878245	0,0065
CSRI	1,378799	0,663947	2,076671	0,0446
SIZE	0,180723	0,073035	2,474483	0,0179

Hasil Uji Parsial (Uji t):

- 1) Variabel ukuran perusahaan (SIZE) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai t-hitung sebesar 2,474483 lebih besar daripada t-tabel 2,022691, serta p-value 0,0179 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menegaskan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diterima.
- 2) CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena keduanya memberikan sinyal penting non-keuangan yang sangat diperhatikan pasar, terutama dalam industri yang berisiko tinggi dan disorot publik (seperti pertambangan/batubara).

nilai perusahaan melalui variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 68,44% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti struktur modal, likuiditas, tata kelola perusahaan, dewan komisaris independen, ukuran dewan direksi, dan reputasi perusahaan.

Moderated Regression Analysis (MRA)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Variabel interaksi CSRI_ROA memiliki nilai t-hitung -0,622371 lebih kecil dari t-tabel 2,022691 dengan p-value 0,5376 > 0,05. Dengan demikian, hipotesis moderasi ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa pengaruh pengungkapan CSR (CSRI) terhadap nilai perusahaan (PBV) bersifat independen dari tingkat profitabilitas.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Hasil estimasi melalui pendekatan REM menunjukkan nilai Adjusted R² sebesar 0,315586 atau 31,56%. Artinya, model penelitian ini dapat menjelaskan 31,56% variasi

Tabel 10. Moderated Regression Analysis (MRA)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Probabilitas
C	9,52789	4,3966	2,1670	0,0369
CSRI	0,72836	1,228272	0,593002	0,5569
SIZE	0,29713	0,1418	2,0944	0,0433
ROA	1,21306	1,6660	0,7281	0,4713
CSRI_ROA	-2,40272	3,8605	-0,6223	0,5376
SIZE_ROA	0,52974	0,5436	0,9743	0,3364

Pembahasan

Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan studi Benne & Moningga (2020), Rahmantari (2021), Sulbahari (2021), serta Safira dan Widajantie (2021) yang menyimpulkan pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak mendukung temuan dari Muhlis & Gultom (2021), Julian dan Setiawati (2024), Rasyid *et al.*, (2022) serta Putri & Ida (2022) tentang CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Studi ini juga memperkuat hasil riset yang dilakukan Putri & Ida (2022), Muhlis & Gultom (2021), Hidayat dan Khotimah (2022), serta Meifari (2023), yang menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, hasil ini bertentangan dengan penelitian dari Mustanda (2020), Safira dan Widajantie (2021) serta Amro dan Asyik (2021) yang menyimpulkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memoderasi hubungan antara CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh faktor keberlanjutan dan stabilitas usaha dibandingkan kinerja laba jangka pendek. CSR dipersepsikan sebagai komitmen etis dan legitimasi sosial, sedangkan ukuran perusahaan mencerminkan kekuatan struktural, sehingga pengaruh keduanya terhadap nilai perusahaan tidak bergantung pada tingkat profitabilitas.

Terkait keterbatasan penelitian, penilaian pengungkapan CSR menggunakan metode scoring dari data sekunder laporan tahunan perusahaan berpotensi mengandung unsur subjektivitas, karena interpretasi dan penilaian peneliti terhadap isi laporan dapat berbeda dengan pandangan pihak lain. Selain itu, proses pengumpulan data menjadi kurang efisien dan memakan waktu cukup lama jika informasi pengungkapan CSR tidak tersedia secara lengkap di laporan tahunan dari situs resmi BEI, sehingga peneliti harus mencari data tambahan di situs resmi perusahaan satu per satu. Proses pengolahan data juga memerlukan ketelitian tinggi dan waktu yang cukup lama, terutama dalam memverifikasi dan mengkode

data pengungkapan CSR yang bersifat naratif, yang dapat menimbulkan tantangan dalam menjaga konsistensi penilaian.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel serta p-value < 0,05. Perusahaan yang konsisten melaporkan CSR memperoleh respons positif dari pasar karena dianggap peduli pada aspek sosial dan lingkungan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan mendukung keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, CSR mampu memperkuat citra positif perusahaan dan meningkatkan nilai pasar. Ukuran perusahaan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t-hitung melebihi t-tabel dan p-value < 0,05. Perusahaan berskala besar dinilai lebih stabil karena memiliki aset yang besar, struktur organisasi lebih mapan, serta akses pendanaan yang lebih luas, sehingga memberikan sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan dan ketahanan perusahaan, dan investor cenderung menilai lebih tinggi nilai perusahaan besar.

Di sisi lain, profitabilitas tidak terbukti memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan karena nilai t-hitung < t-tabel dan p-value > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa baik profitabilitas tinggi maupun rendah tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR. Pengungkapan CSR dalam sektor pertambangan lebih dipandang sebagai bentuk kepatuhan dan komitmen sosial perusahaan, sehingga penilaian investor terhadap CSR tidak bergantung pada tingkat laba. Profitabilitas juga tidak berperan sebagai moderator dalam pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan bukti nilai t-hitung < t-tabel dan p-value > 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan secara langsung sudah mencerminkan kapasitas, sumber daya, dan stabilitas perusahaan sehingga investor tidak membutuhkan indikator tambahan dari profitabilitas. Dengan kata lain, nilai perusahaan

lebih dipengaruhi oleh ukuran itu sendiri dibandingkan tingkat keuntungan. Untuk rekomendasi praktis, perusahaan dapat melakukan standarisasi pelaporan CSR, integrasi CSR ke strategi perusahaan, peningkatan kualitas pengungkapan, penguatan tata kelola, serta pelibatan pemangku kepentingan secara aktif.

Daftar Pustaka

- Agustin Ekadjaja, D. H. (2021). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(2), 497. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i2.11689>.
- Ardyansyah, A. D., & Arifin, A. (2023). Pengaruh tingkat kecukupan modal, risiko bisnis, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perbankan dari tahun 2019-2021. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1997. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1328>.
- Astuti, Lenny Dermawan Sembiring, Supitriyani, Khairul Azwar, E. S. (2021). Analisis laporan keuangan. CV Media Sains Indonesia.
- Ayu, I., & Laksmidewi, P. (2019). Pengaruh leverage, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No(9), 5372–5400.
- Ayunisari, P., & Sawitri, A. P. (2021). Dampak moderasi profitabilitas terhadap pengaruh CSR, GCG dan intellectual capital terhadap nilai perusahaan. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 80. <https://doi.org/10.25273/inventory.v5i2.10649>
- Bahriah, I. S., Norisanti, N., & Muhammad Danial, R. D. (2022). Peran profitabilitas dalam memoderasi pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2019. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 5(2), 1444-1451. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v5i2.2575>.
- Benne, K. K., & Moningga, P. (2020). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bei. *Klabat Accounting Review*, 1(1), 56. <https://doi.org/10.31154/kar.v1i1.457.56-70>.
- Dinda Nur Khofifah, Vhika Meiriasari, R. A. P. (2024). Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 645–656. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30225>.
- Effendi. (2016). *The good corporate governance teory dan implementasi* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Fardelia Safira, D., & Tituk Diah Widajantie. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan (studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei tahun 2015-2019). *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 103–112.
- Ghozali, H. I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). Teori, konsep dan aplikasi dengan IBM SPSS 24. Badan Penerbit-Undip.
- Gozgor, G., Ho, T., Li, J., & Mousavi, M. M. (2024). The impact of energy diversification on firm performance: The moderating role of corporate social responsibility. *International Review of Financial Analysis*, 96(PB), 103704. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103704>.
- Gunardi, A., Alghifari, E. S., & Suteja, J. (2022). Keputusan investasi dan nilai perusahaan melalui efek moderasi corporate social responsibility dan profitabilitas: Teori dan bukti empiris. Scopindo Media Pustaka.
- Hendri Darmawan Setiyo Budi, & Maryono. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden, dan leverage terhadap nilaiPerusahaan pada perusahaan manufaktur yangTerdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2021. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(4), 1258–1266.
- Hery. (2017). Kajian riset akuntansi mengulas berbagai hasil penelitian dalam bidang akuntansi dan keuangan.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>.
- Irfani, A. S. (2020). Manajemen keuangan dan bisnis: Teori dan aplikasi. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Julian, A., & Setiawati, E. (2024). The effect of corporate social responsibility (csr) and company size on firm value with profitability as a moderating variable (empirical study on manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the idx for the 2019-2021 period). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 871–883.
- Kisy Kurniawaty Susanto, N. Y. S. (2024). Pengaruh sustainability report terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(1), 142–157. <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i1.2219>.
- Kudus, A., & Meidiyustiani, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi financial distress pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(2), 151. <https://doi.org/10.36080/jem.v11i2.2078>.
- Mardana, I., & Ratnawati, D. (2024). Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jambura Economic Education Journal*, 6(2), 367–380. <https://doi.org/10.37479/jeej.v6i2.24737>.
- Masitha, M. H., & Fitriyah, H. (2022). Peran profitabilitas dalam memoderasi pengaruh corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor good and consumer. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan ...*, 2(7), 723–733. <https://doi.org/10.17977/um066v2i72022p723-733>.
- Massie, J., Tommy, P., & Koleangan, R. (2017). Perusahaan consumer goods sub sektor makanan dan minuman yang financial analysis to firm value (study on consumer goods companies. 5(3), 4485–4494.

- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2022). The influence of company size, leverage, and profitability on company value. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1433–1440.
- Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan BUMN sektor pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–198.
- Mustanda, I. N. A. S. I. K. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1248–1277. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4467>.
- Mustofa, N. (2021). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi (studi empiris pada perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang terdaftar di bursa efek indonesia (bei)).
- Nabila Mazaya Husna, D. H. (2024). Corporate social responsibility, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor energy moderasi oleh profitabilitas. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jet.v4i2.20997>.
- Natanael, N., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh nim, bopo, car dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan sektor perbankan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 20(1), 105–123.
- Panjaitan, F. R., Minan, H. K., & Arief, M. (2023). The effect of liquidity, profitability and company size on company valuwewith capital structure as an intervening variable in manufacturing companies listed on the idx in 2016-2020. *International Journal of Economics and Management*, 1(01), 19–29.
- Parytri, A. N. L., & Wuryani, E. (2024). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan. *Intellektika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5, 60–72.
- Pratama, I. G. B. angga, & Wiksuana, I. G. B. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan-dan leverage terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Putri Zafirah Nabila Amro, N. F. A. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 24(2), 1707. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5062>.
- Putri, A., & Ida, N. (2022). Analisis pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 320–330.
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan farmasi yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>.
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh corporate social responsibility dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 135–156. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan RD. CV. Alfabeta.

- Sulbahari. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), Hal. 215-226.
- Supriadi, I. (2020). Metode riset akuntansi. DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Suryani, E., & Purbohastuti, A. W. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan dan nilai perusahaan melalui profitabilitas. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 13(2), 256. <https://doi.org/10.35448/jrat.v13i2.9226>.
- Tabrani, Ahmad, Uin Sultan, and M. H. B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak (studi empiris pada perusahaan lq45 yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2015-2018). *4 Riset Ekonomi Manajemen*.
- Tanaya, G., Samuel, H., & Devie, D. (2023). The effect of corporate social responsibility on firm value with tax avoidance and sustainable financial performance as mediators. *Petra International Journal of Business Studies*, 6(2), 157–166. <https://doi.org/10.9744/petraijbs.6.2.157-166>.
- Tarjo, T., Anggono, A., Yuliana, R., Prasetyono, P., Syarif, M., Alkirom Wildan, M., & Syam Kusufi, M. (2022). Corporate social responsibility, financial fraud, and firm's value in Indonesia and Malaysia. *Heliyon*, 8(12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11907>.
- Tarmadi Putri, K. A., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh GCG, CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 14(2), 156–169. <https://doi.org/10.21009/wahana.14024>.
- Thao, L. H. N., Anh, D. N. P., Cuong, V. H., Ngoc, N. T. K., & Cuong, V. Van. (2023). The effect of corporate social responsibility on firm performance: Evidence from Vietnam. *Problems and Perspectives in Management*, 21(3), 528–542. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(3\).2023.42](https://doi.org/10.21511/ppm.21(3).2023.42).
- Valentino, A. D., & Setiawan, P. E. (2024). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan the influence of corporate social responsibility disclosure, profitability, leverage, and firm size on firm value. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(225), 272–285.