

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governace* sebagai Variabel Moderasi

Ritali Evi Mudrikah¹, Ruli Eko Haryanto², Mulyani³, Jhon Eferedy⁴

^{1,2,3,4}Program Study Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Malahayati Bandar Lampung

Email: ritalievim@malahayati.ac.id, ruli@malahayati.ac.id, mulyani@malahayati.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Dan mengetahui apakah *Good Corporate Governace* memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan dan batasan tertentu agar sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 26 perusahaan yang terdaftar di BEI. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kedua, *Good Corporate Governace* sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, Nilai-Nilai Perusahaan, GCG

1. Latar Belakang

Berkembangnya dunia usaha saat ini, perusaahn berusaha untuk mempertahankan keunggulan usahanya dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu keadaan tertentu yang telah dicapai perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui proses pelaksanaan dan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini (Sari & Febrianti, 2021). Baiknya perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kondisi *financial* dan *nonfinancial* dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. nilai perusahaan yang meningkat akan menjadi daya tarik perusahaan bagi para investor maupun calon invertor untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut.

Persaingan dalam dunia usaha saat ini sangatlah ketat dimana perusahaan tidak hanya fokus dengan laba perusahaan, namun fokus juga terhadap sosial lingkungan sekitar perusahaan. Namun masih banyak perusahaan yang tidak memperhatikan pentingnya adanya pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR). Khususnya di Indonesia tingkat kesadar pengungkapan informasi terkait aktivitas CSR masih rendah karena pengungkapan masih bersifat sukarela.

Menurut (Sari & Febrianti, 2021) salah satu kewajiban perusahaan adalah memberikan informasi kepada masyarakat atau terhadap pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan (*stakeholder*) mengenai perusahaan sudah melaksanakan tanggung jawab sosialnya sehingga kesejahteraan karyawan terpenuhi dan keamanan masyarakat terjamin. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan berdampak negatif terhadap lingkungan sekitar, maka akan timbul keresahan masyarakat yang berdampak pada perusahaan. Untuk itu CSR menjadi hal penting yang harus diperhatikan perusahaan guna meningkatkan citra perusahaan.

Dengan demikian, penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif di mata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan (Nida, 2022).

Seperti halnya CSR, *Good Corporate Governace* (GCG) sangat penting diterapkan. penerapan GCG memerlukan komitmen yang kuat untuk mewujudkannya. Penerapan GCG sangat diperhatikan investor dalam melakukan keputusan investasi. Dengan adanya GCG investor memiliki keyakinan bahwa perusahaan telah dikelola dengan baik oleh manajemen untuk kelangsungan hidup perusahaan dan juga untuk kepentingan para pemegang sahamnya (Karina & Setiadi, 2020).

Hasil penilaian yang dilakukan ASEAN *Corporate Governance Scorecard* (ACGS) 2021 terdapat satu Perusahaan Tercatat di Indonesia masuk dalam kategori ASEAN Top 20 *Publicly-Listed Companies* (PLCs) dan sembilan Perusahaan Tercatat di Indonesia masuk dalam kategori ASEAN Asset Class PLCs yang dinilai memiliki tata kelola perusahaan yang baik dan layak dilirik kalangan *investor global*. Di Indonesia, penilaian ini dilakukan oleh PT RSM Indonesia Konsultan sebagai *Domestic Ranking Body* yang ditunjuk. 100 Perusahaan Tercatat yang dinilai di Indonesia sudah mewakili 81,86% dari total kapitalisasi pasar Bursa Efek Indonesia per 31 Mei 2021 dan 13% dari jumlah Perusahaan Tercatat di Indonesia. Hasil penilaian menunjukkan bahwa tingkat praktik tata kelola yang baik dan pengungkapan sangat dipengaruhi oleh sikap dari manajemen puncak perusahaan. Selain itu, ketersediaan peraturan yang lebih ketat juga berperan signifikan. Berikut merupakan 9 perusahaan tercatat di Indonesia yang diakui masuk sebagai ASEAN Asset Class PLCs:

Perusahaan Indonesia yang Masuk dalam ASEAN Asset Class		
Peringkat	Nama Perusahaan	Nilai
1	PT Bank CIMB Niaga Tbk.	118,46
2	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.	111,82
3	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk.	109,85
4	PT Bank Mandiri (Persero)Tbk.	109,18
5	PT Bank BTPN Syariah Tbk.	107,21
6	PT Bank Central Asia Tbk.	106,64
7	PT Unilever Indonesia Tbk.	105,84
8	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.	99,08
9	PT Timah Tbk.	99,03

Sumber: RSM, Tahun 2023

Selain 9 emiten di atas, terdapat 3 emiten yang mendapat apresiasi yaitu PT Bank BTPN Syariah Tbk, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, dan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (dikutip: www.topbussines.id).

Fenomena diatas dalam penerapan GCG perusahaan sangat penting untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah dikelola dengan baik oleh pihak manajemen untuk kepentingan para pemegang sahamnya dan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut (Karina & Setiadi, 2020) Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip GCG. *Good corporate governance* (GCG) dan *corporate social responsibility* (CSR) adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya memiliki kedudukan penting dalam praktik bisnis dan saling berhubungan satu sama lain. Salah satu prinsip pelaksanaan GCG adalah *responsibility*, prinsip ini sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang berorientasi kepada *stakeholders*.

Dari kajian empiris, peneliti menemukan bahwa adanya hasil yang berbeda-beda dari penelitian terdahulu sehingga menarik untuk diteliti kembali. Di mana akan dikaji lebih lanjut tentang CSR terhadap nilai perusahaan dan apakah GCG dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan modifikasi dari beberapa penelitian yaitu: (Rahardjo, Ak., M.Ak., CA & Murdani, 2016), (Mariatun et al., 2017), (Sulastiningsih & Sholihati, 2018), (Lestari & Wirawati, 2018), (Indra Wijaya & Putu Wirawati, 2019), (Karina & Setiadi, 2020), (Yuliana & Purwanto, 2023). Penelitian ini menggunakan sampel di perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2021-2023. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) yang di proksi Kepemilikan Manajerial dapat memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan. Perusahaan manufaktur dijadikan populasi dalam penelitian ini karena perusahaan manufaktur yang mengubah bahan baku menjadi barang jadi dalam skala besar sehingga berpotensi menghasilkan limbah yang banyak.

2. Kajian Pustaka

Signaling Theory

Signal dikatakan sebagai suatu langkah yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk ditujukan kepada para investor tentang cara pandang manajemen terhadap prospek di masa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2006). Perusahaan diharapkan mengurangi informasi yang asimetris guna meningkatkan nilai perusahaan, yaitu suatu informasi dimana pihak eksternal memiliki informasi yang berbeda tentang prospek perusahaan, karena pihak internal mendapatkan informasi yang lebih baik (Brigham dan Houston, 2006).

Kesimpulannya, teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Stakeholder Theory

Stakeholder theory didefinisikan sebagai peraturan dan praktik atas nilai-nilai, ketentuan hukum yang ada, apresiasi oleh publik, serta keteguhan untuk turut serta dalam keberlanjutan pembangunan (Ningrum dan Asandimitra, 2017). Menurut Ghazali dan Chariri (2007) Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya seperti: pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi sangat penting karena para *stakeholder* perlu mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang telah dilakukan (Arianti dan Putra, 2018).

Penelitian ini merupakan modifikasi dari beberapa penelitian yaitu: (Rahardjo, Ak., M.Ak., CA & Murdani, 2016), (Mariatun et al., 2017), (Sulastiningsih & Sholihati, 2018), (Lestari & Wirawati, 2018), (Indra Wijaya & Putu Wirawati, 2019), (Karina & Setiadi, 2020), (Yuliana & Purwanto, 2023). Dengan hasil penelitian yang berbeda-beda peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai *variable moderasi*.

3. Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data sekunder. Data sekunder tersebut berupa laporan tahunan perusahaan untuk mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), nilai perusahaan dan *good corporate governance* (GCG) yang telah dilakukan oleh perusahaan manufaktur.

Populasi dan Sampel

Peneliti menggunakan populasi Perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021 – 2023 berjumlah 165 perusahaan manufaktur. Pemilihan sampel penelitian didasarkan pada metode *purposive sampling*, sehingga jumlah data sampel berjumlah 26 perusahaan.

Definisi Variabel

CSR (Corporate Social Responsibility)

Pengungkapan CSR menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) untuk pengungkapan CSR. Daftar pengungkapan sosial yang digunakan adalah daftar item yang mengacu pada standar GRI (*Global Reporting Initiative*) dalam penelitian (Sulastiningsih & Sholihati, 2018). Pengukuran dengan menggunakan variabel dummy yaitu:

- a) Score 0 : Jika tidak ada mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- b) Score 1 : Jika mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Disclosure index digunakan untuk mengetahui seberapa luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks yaitu dengan cara membagi jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item keseluruhan. Dalam menentukan indeks menggunakan teknik tabulasi berdasarkan daftar (*checklist*) sosial.

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Good Corporate Governance (GCG) yang di moderasi dengan Kepemilikan manajemen

Good Corporate Governance (GCG) dalam penelitian ini diproksi dengan kepemilikan manajerial. Pengukuran kepemilikan manajerial dengan menggunakan rumus:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen}}{\text{Total modal saham perusahaan yang beredar}} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Tobin's Q*. Menggunakan rumus *Tobin's Q* sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas data sisa estimasi model regresi (*error term*) dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* terhadap data sisa hasil estimasi model regresi. Hasil perhitungan model yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				Unstandardized Residual
N				78
Normal Parameters ^{a,b}		Mean		.0000000
		Std. Deviation		2.14253058
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute		.078
		Positive		.078
		Negative		-.060
Test Statistic				.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	99% Confidence Interval	Lower Bound	.304
			Upper Bound	.292
				.316

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Berdasarkan tabel keluaran SPSS diketahui nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* di atas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA), karena terdapat lebih dari satu variabel independen dengan 1 variabel dependen. Selain itu pengujian ini juga mempunyai variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* (GCG).

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2X_1*Z + e$$

Hasil perhitungan koefisien regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23 for Windows berdasarkan data penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6.315	.602		10.492	<.001
CSR	.081	.289	.043	.280	.780
CSRGCG	.403	.232	.268	1.741	.086

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil koefisien regresi yang diperoleh dari tabel diatas dapat dituliskan dalam bentuk persamaan yang menggambarkan hubungan antar data yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = 6.315 + 0.081X_1 + 0.403X_2$$

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X_1) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Apabila probabilitas (sig F) < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara tanggung jawab sosial perusahaan (X_1) dengan tata kelola perusahaan yang baik (Z) mempengaruhi variabel terikat nilai perusahaan (Y).

Uji Hipotesis**Tabel 4. Hasil Uji Anova (Uji F)****ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	34.015	2	17.007	3.606	*.032 ^b
Residual	344.283	70	4.716		
Total	378.297	77			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSRGCG, CSR

Dari uji anova diatas data uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar 3,606 dengan tingkat signifikansi *0,032. Karena probabilitas (sig F) lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dengan kesimpulan bahwa variabel independen berupa tanggung jawab sosial perusahaan (X_1) dengan tata kelola perusahaan yang baik (Z) berpengaruh positif terhadap variabel dependen nilai perusahaan (Y) dengan kata lain variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen berupa tanggung jawab sosial perusahaan (X_1) dan tata kelola perusahaan yang baik (Z) berpengaruh positif terhadap variabel dependen nilai perusahaan (Y).

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	6.315	.602		10.492	<.001
CSR	.081	.289	.043	.280	.780
CSRGCG	.403	.232	.268	1.741	.086

Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil table diatas menunjukkan bahwa:

1. Variabel X_1 atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai angka signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,780 maka hipotesis ditolak dengan kesimpulan variabel independen yaitu CSR tidak berpengaruh terhadap variabel dependen nilai perusahaan .
2. Variabel X_1Z atau variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG). mempunyai angka signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,086 maka hipotesis tidak diterima dengan kesimpulan GCG tidak mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 - 2023.
2. *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksi dengan Kepemilikan Manajerial tidak dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2023.

Daftar Pustaka

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Arianti, N. P. A., & Putra, I. P. M. J. (2018). Pengaruh Profitabilitas Pada Hubungan CorporateSocial Responsibility & Good Corporate GovernanceTerhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 24(1), 20–46.
- Brigham & Houston, 2006, *Fundamentals OfFinancials Managemen* (Dasar-Dasar Manajemen Keuangan), Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam dan A. Chariri, 2007. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Indra Wijaya, I. P., & Putu Wirawati, N. G. (2019). Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai

- Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1436. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p22>
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Lestari, N. S., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1386. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/37565>
- Mariatun, Sriwidodo, U., & Wibowo, E. (2017). Kinerja Keuangan, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Dan Good Corporate Governance. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(1), 119–127.
- Nida, N. K. N. L. (2022). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>
- Ningrum, U. N., & Asandimitra, N. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Dan Csr Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Peringkat Pertama Ara, Isra Dan Peringkat Emas Proper Yang Listing Di Bei Periode 2011-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(3), 1–14.
- Putri, Z. B., & Budiyanto. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol.7(No.3), Hal.1-16.
- R. E. Mudrikah, J. Eferedi, & M. M. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1), 41–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.59066/jmae.v3i1.662>
- Rahardjo, Ak., M.Ak., CA, B. T., & Murdani, R. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.35137/jabk.v3i01.54>
- Sari, R., & Febrianti, R. A. (2021). Moderasi Profitabilitas Atas Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(2), 131–135. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v12i2.1290>
- Sulastiningsih, S., & Sholihati, R. I. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 26(1), 95–111. <https://doi.org/10.32477/jkb.v26i1.267>
- Yuliana, V., & Purwanto, I. A. (2023). PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(3), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>