



## Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan csr sebagai variabel moderasi

Fitria Ramadhani

Universitas Negeri Surabaya

[fitria.18035@mhs.unesa.ac.id](mailto:fitria.18035@mhs.unesa.ac.id)

### Info Artikel

#### Sejarah artikel:

Diterima 8 Mei 2022

Disetujui 13 Juli 2022

Diterbitkan 25 Juli 2022

#### Kata kunci:

Profitabilitas; Ukuran perusahaan; CSR; Nilai perusahaan; Moderasi

#### Keywords :

Profitability; Size; CSR;

Firm value; Moderation

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini berupa perusahaan sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2020. Teknik purposive sampling digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini sehingga diperoleh sebanyak 30 perusahaan manufaktur dengan total amatan sebanyak 90. Data dianalisis menggunakan metode Moderate Regrsson Analysis (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### ABSTRACT

*This research aimed to explain the effect of profitability and firm size on firm value with Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable. The population of this research is the form of manufacturing companies in the consumer goods and consumption which are listed on Indonesian Stock Exchange (IDX) during 2018-2020. Determination of the sample using purposive sampling technique and obtained as many 30 manufacturing companies with a total of 90 observation. The data analysis technique used Moderated Regression Analysis (MRA). The result of this study indicate that profitability has a positive and significant effect on firm value, firm size has negative and insignificant effect on firm value, CSR is not able to moderate the effect of profitability and firm size on firm value.*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Manufaktur adalah industri yang mendominasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Menteri perindustrian Airlangga Hartono menyatakan, "Industri manufaktur menjadi sektor unggulan bagi pertumbuhan ekonomi nasional karena kelima sektor berperan penting dalam meningkatkan nilai investasi dan ekspor di Indonesia". Investasi yang besar menjadi acuan para investor atau masyarakat untuk mengukur kinerja perusahaan berdasarkan fair value (nilai perusahaan) (Pramana & Mustanda, 2016).

Menurut Puspita (2011), nilai perusahaan merupakan sudut pandang investor terhadap perusahaan. Hal ini erat kaitannya dengan harga saham karena jika harga saham tinggi, maka kinerja perusahaan akan dinilai baik oleh investor. Nilai perusahaan menggunakan parameter Price to Book Value (PBV) melalui perbandingan harga saham terhadap nilai buku per lembar saham (Brigham & Houston, 2015:152). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan pada waktu tertentu (Kasmir, 2019:196). Nilai perusahaan yang baik diukur berdasarkan prestasi perusahaan dalam mengoptimalkan laba. Oleh karena itu, laba menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas dapat dihitung menggunakan beberapa rasio yang terdiri dari Gross Profit Margin (GPM), Earning Per Share (EPS), Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), dan Operating Profit Margin (OPM). Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan Return On Asset (ROA). Penelitian dengan judul pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sudah pernah dilakukan namun hasil yang diperoleh masih bervariasi, seperti penelitian Pramana & Mustanda (2016); Ramdhonah (2019); Cheryta (2017); Suwardika & Mustanda (2017); Raningsih & Artini (2018) diperoleh hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut bertentangan

dengan hasil penelitian Tania & Wijaya (2021); Wulandari & Wiksuana (2017) yang menjelaskan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Riyanto (2013), Ukuran perusahaan yaitu gambaran skala perusahaan yang ditentukan berdasarkan nilai ekuitas dan nilai aset. Skala perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan dalam sudut pandang investor sehingga perusahaan mudah untuk mendapatkan sumber modal baik yang sifatnya didalam ataupun diluar perusahaan. Penelitian Rasyid (2015); Wulandari & Wiksuana (2017); Pramana & Mustanda (2016) menjelaskan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut bertentangan dengan hasil penelitian Chumaidah dan Maswar (2018); Ramdhonah (2019); Cheryta (2017); Safira dan Widajantie (2021).

Berdasarkan uraian variabel, masih terdapat kesenjangan hasil penelitian (gap research). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan variabel moderasi Corporate Social Responsibility (CSR) untuk memperjelas hubungan antar variabel. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memperhatikan lingkungan sosial secara langsung dan tidak langsung serta mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan (Agus Rukmana et al. 2019). Hal ini sejalan dengan UU No. 19 Tahun 2004 perihal aturan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) serta telah diuraikan dalam Peraturan Menteri No. 4 Tahun 2007 tentang pengelolaan dan strategi perusahaan BUMN dalam melakukan aktivitas CSR.

Keberlanjutan perusahaan tidak cukup tercermin dengan kondisi finansial, tetapi harus mempertimbangkan dimensi dan lingkungan sosial. Oleh sebab itu, tanggung jawab sosial diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial perusahaan. Sudana (2015) mengungkapkan bahwa CSR terwujud dalam perilaku etis dan transparan. Hal ini sesuai dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat dengan mengutamakan kepentingan stakeholder. Menurut penelitian Tania & Wijaya (2021); Safitri (2018) menjelaskan bahwa CSR memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Chumaidah (2018), CSR memperkuat pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian Wulandari & Wiksuana (2017) menjelaskan bahwa CSR memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki peran penting dalam munculnya permasalahan seperti polusi, limbah, sumber daya manusia (SDM), serta kualitas produk. Selain hal tersebut, perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memproduksi dan memasarkannya kepada masyarakat sehingga hal yang berkaitan dengan keamanan produk perlu disosialisasikan kepada publik. Berdasarkan uraian penelitian, diperoleh hasil penelitian yang tidak konsisten dan bervariasi. Oleh sebab itu, peneliti menguji kembali penelitian tersebut sebagai upaya untuk memperkuat dan menyempurnakan hasil penelitian terdahulu.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Peneliti mengumpulkan data sekunder berupa laporan keuangan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi periode 2018-2020. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 30 perusahaan. Data diolah dan dianalisis menggunakan software SPSS 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	90	0,05	92,10	12,2931	13,44562
Size	90	13,62	20,75	0,58791	5,57742
CSR	90	0,03	0,57	0,01138	0,10795
PBV	90	0,22	59,59	1,10863	10,51735
Valid (n)	90				

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 1, diperoleh kesimpulan bahwa profitabilitas tertinggi dimiliki oleh Merck Tbk sebesar 92,10 pada tahun 2018 dan terendah dimiliki oleh Sekar Bumi Tbk sebesar 0,05 pada tahun 2019. Ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh Kalbe Farma Tbk sebesar

30,75 pada tahun 2020 dan terendah dimiliki oleh Akasha Wira International Tbk sebesar 13,62 pada tahun 2019. Indeks pengungkapan CSR maksimum diperoleh Unilever Indonesia Tbk dengan nilai 0,57 dan minimum diperoleh Siantar Top Tbk sebesar 0,03 pada tahun 2018. Kemudian nilai PBV tertinggi dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk, sebesar 59,59 pada tahun 2019 dan terendahnya adalah Wismilak Inti Makmur Tbk sebesar 0,22 tahun 2019.

**Tabel 2.** Hasil Uji Normalitas

<b>Kolmogorov-Smirnov Test</b>		<b>Unstandardized Residual</b>
N		90
Normal	Mean	0,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	0,88211162
Most Extreme	Absolute	0,061
Differences	Positive	0,061
	Negative	-0,048
Kolmogorov-Smirnov Z		0,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Berdasarkan uji statistik pada tabel 2 diketahui signifikansi 0,000 atau  $<0,05$ . Hal ini berarti bahwa variabel penelitian telah berdistribusi normal, dengan demikian model regresi layak digunakan.

**Tabel 3.** Hasil Uji Multikolinearitas

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
ROA	0,831	1,203
Size	0,806	1,241
CSR	0,928	1,078

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 3, nilai *tolerance* melebihi 0,1 dan nilai VIF  $< 10$  sehingga mengakibatkan tidak terjadinya multikolinearitas pada data karena nilai variabel terletak diantara nilai *tolerance* dan VIF.

**Tabel 4.** Hasil Uji Autokorelasi

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Durbin-Watson</b>
1	0,544	0,296	0,271	0,78338	1,877

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Hasil uji autokorelasi pada tabel 4 menjelaskan bahwa nilai Durbin Watson adalah 1,877. Berdasarkan tabel Durbin Watson, diperoleh nilai dL sebesar 1,5889 dan nilai dU sebesar 1,7264. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya autokorelasi pada data karena nilai DW melebihi nilai dU.

**Tabel 5.** Hasil Uji Heterokedastisitas

<b>Variabel</b>	<b>Signifikansi</b>
ROA	0,354
Size	0,149
CSR	0,692

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Hasil uji heterokedastisitas pada tabel 5 menjelaskan bahwa nilai signifikansi dari seluruh variabel melebihi 0,05. Dengan demikian, tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 6.** Hasil Uji MRA

Model	Unstandardize d Coefficients		Unstandardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,001	5,767		2,081	0,040
ROA	0,557	0,211	0,704	2,637	0,010
Size	-3,623	1,730	-0,870	-2,094	0,039
CSR	12,006	6,773	4,392	1,773	0,080
ROA*CSR	0,221	0,218	0,276	1,015	0,313
Size*CSR	-3,640	2,026	-4,596	-1,797	0,076

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Berdasarkan output SPSS pada tabel 6 ROA memperoleh nilai 0,557 dan menunjukkan hasil positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan ROA maka nilai perusahaan cenderung mengalami peningkatan. Ukuran perusahaan memperoleh nilai 3,623 dan menunjukkan hasil negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap ada kenaikan ukuran perusahaan maka nilai perusahaan cenderung menurun. CSR memperoleh nilai 12,006 dan menunjukkan hasil positif sehingga dapat disimpulkan jika terjadi kenaikan CSR maka nilai perusahaan cenderung mengalami peningkatan. Sementara ROA x CSR memiliki koefisien sebesar 0,221. Hal ini berarti jika terjadi kenaikan sebesar satu dari kedua variabel maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Selanjutnya, ukuran perusahaan x CSR memiliki koefisien -3,640. Hal ini menunjukkan jika terjadi kenaikan pada kedua variabel maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

**Tabel 7.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,562	0,315	0,292

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Pada tabel 7, diperoleh nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,292 atau 29,2%. Artinya pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan, terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi hanya sebesar 29,2 % sedangkan sisanya sebesar 70,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

**Tabel 8.** Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		t tabel	t hitung	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2,843	1,346		2,112	0,038
ROA	0,336	0,077	1,987	4,335	0,000
Size	-0,741	0,414	1,987	-1,790	0,077
CSR	0,323	0,253	1,987	1,275	0,206

Sumber : Data diolah peneliti, 2022 (Output SPSS 25)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan memperhatikan nilai signifikansi (>0,05) atau membandingkan t hitung > t tabel. Uji t pada tabel 8 menjelaskan bahwa nilai signifikansi variabel ROA sebesar 0,000 maka hipotesis diterima sehingga variabel ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi 0,077 maka hipotesis ditolak sehingga tidak terjadi pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa terjadi pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai t hitung melebihi nilai t tabel, nilai signifikansi variabel profitabilitas adalah 0,000 melebihi 0,05 sehingga secara parsial terjadi pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas mencerminkan perusahaan mampu dalam menarik minat investor karena hal tersebut dapat mendorong peningkatan harga saham sehingga kinerja perusahaan akan dinilai baik oleh investor. Kinerja perusahaan yang terus meningkat akan turut meningkatkan nilai perusahaan (Safitri *et al*, 2018). Penelitian ini diperkuat oleh penelitian Pramana

& Mustanda (2016); Ramdhonah (2019); Cheryta (2017); Suwardika & Mustanda (2017); Raningsih & Artini (2018); Safitri *et al.* (2018) yang memperoleh hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Arah negatif menjelaskan besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak akan mampu memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Ramdhonah *et al.* (2019); Cheryta *et al.* (2017); Safira & Widajantie (2021); Chumaidah & Maswar (2018).

CSR tidak dapat memperkuat hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Naik turunnya profitabilitas tidak akan memengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini diduga karena perusahaan lebih memprioritaskan keuntungan yang diperoleh untuk aktivitas operasional perusahaan. Dengan demikian, alokasi dana untuk kegiatan sosial cenderung lebih rendah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Tania & Wijaya (2021); Safitri *et al.* (2018).

Secara teori, perusahaan *go public* seharusnya lebih aktif mengungkapkan aktivitas CSR untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Namun, hasil penelitian menemukan bukti yang sebaliknya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wulandari & Wiksuana (2017) yang menjelaskan bahwa CSR tidak dapat memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Tinggi rendahnya ukuran perusahaan tidak menjanjikan perusahaan lebih aktif mengungkapkan aktivitas CSR. Menurut penelitian Suastha (2016) mengatakan bahwa kualitas CSR perusahaan di Indonesia tidak sebanding dengan perusahaan di Thailand. Kurangnya pemahaman perusahaan perihal pentingnya kegiatan CSR merupakan salah satu faktor perusahaan tidak aktif mengungkapkan kegiatan CSR. Faktor lain yang diduga menjadi penyebab perusahaan besar tidak melakukan pengungkapan kegiatan CSR secara lengkap yaitu adanya kewajiban perusahaan melakukan kegiatan CSR sebagaimana dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. Perusahaan melakukan kegiatan CSR hanya untuk menaati peraturan dan menghindari sanksi yang akan diterima apabila melanggarnya. PT Gudang Garam Tbk merupakan salah satu perusahaan yang pengungkapan CSRnya rendah. Dari segi ukuran perusahaan, PT Gudang Garam Tbk memiliki total aset melebihi total aset industri lainnya. Hal ini diperkuat dengan rendahnya aktivitas CSR selama 2018-2020 yang kurang dari 50%.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan pengujian hipotesis yang sudah dianalisis, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil statistik menunjukkan bahwa CSR tidak mampu memperkuat hubungan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga karena adanya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Undang-Undang tersebut mengharuskan setiap perusahaan yang operasionalnya berhubungan dengan alam wajib melakukan aktivitas CSR. Dengan demikian, investor mengasumsikan bahwa pengungkapan CSR tidak terlalu diperhatikan karena semua perusahaan pasti melakukannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggitasari, N., & S. Mutmainah. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 1(2).
- Chumaidah. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2460-0585.
- Cheryta et al. (2017). The Effect of Leverage, Profitability, Firm Size on Cash Holding and Firm Value of Manufacturing Firm Listed at Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Research Business Study and Management*, 2394-5923.
- Crisostomo et al. (2012). Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance in Brazil. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 295-309.
- Dewi, L., & Dharma S. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 26-54.

- Ekasari, N., & Yenni C. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas. *Akrual*. 3(2), 196-208.
- Hidayah, N. (2014). The Effect of Company Characteristics toward Firm Value in the Property and Real Estate Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Business*. 5(1).
- Jahani et al. (2013). A Survey of the Relation between Tobin's Q with Earnings Forecast Error and Economic Value Added in TSE. *Advances in Environmental Biology*, 7(10).
- Machmuddah et al. (2020). Corporate Social Responsibility, Profitability, and Firm Value. *Journal of Asian Finance, economics, and business*, 7(9), 631-638.
- Narayana, I., & Wirakusuma, M.G. (2021). Pengungkapan CSR Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 862-879.
- Nurwani. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 19(2), 221-228.
- Ramdhonah, et. al. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*.
- Raningsih, N.K., & Artini, L.G.S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(8), 1997-2026.
- Ratih, S., & Setyarini, Y. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan yang Go Publik di BEI. *Akrual*, 5(2), 115-132.
- Safira, F., & Tituk D.W. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 103-112.
- Safitri et al. (2018). Peranan CSR dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting*.
- Sucuachi, W., & Jay Mark. (2016). Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*, 5(2).
- Wibowo, H.H., & Lasdi L. (2022). Corporate Governance Moderate Effect of Environmental Performance and Disclosure on Company Disclosure. *Akrual*, 13(2).
- Wulandari, I., & Wiksuana. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278-1311.
- Yanto, E. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables. *Journal of Applied Accounting and Finance*, 2(1), 36-49.