

**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) Periode Tahun 2017-2019)**

Nadia Mustofa<sup>1</sup>

Yuniep Mujati Suaidah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>STIE PGRI Dewantara Jombang

Email: [nadiamustofa78@gmail.com](mailto:nadiamustofa78@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan mengetahui pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dengan data sekunder, populasi yaitu Laporan Keuangan perusahaan pertambangan sub sector batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Sampel dalam penelitian ini berupa neraca dan laporan laba/rugi perusahaan pertambangan sub sector batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2) Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan

**Kata Kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Nilai Perusahaan dan Profitabilitas**

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on the value of the company and to know the influence of profitability in moderating corporate social responsibility (CSR) relationship to the value of the company. The research used quantitative descriptive research methods implemented through data collection with secondary data, namely the Financial Statements of coal sector mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) period 2017-2019. The samples in this study are balance sheets and profit/loss reports of coal sector mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2017-2019, analyzing the data using multiple Linear Regression statistical methods and hypothesis testing. The results showed that 1) Corporate social responsibility has no effect on the value of the company. 2) Profitability as a moderation variable turns out to be able to moderate (strengthen) csr relationship with company value.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Company Value and Profitability*

## **II. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pada saat ini dunia bisnis menjalani pertumbuhan yang sangat cepat dan berkompetisi dengan cukup erat. Ketika perusahaan mengalami perkembangan, maka secara otomatis aktivitas perusahaan terhadap beraneka ragam sumber daya untuk mewujudkan laba semakin meningkat. Hal tersebut dapat menciptakan dampak positif maupun dampak negatif terhadap lingkungan serta kesenjangan sosial terhadap pihak yang berhubungan langsung dengan perusahaan, rakyat serta lingkungan disekitar perusahaan. Oleh sebab itu, setiap aktivitas perusahaan diharapkan dapat membantu pembangunan perekonomian para stakeholder, yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk dapat saling menguntungkan, saling berkontribusi dan dapat memiliki hubungan yang harmonis (Setyarini & Paramitha, 2011), Oleh karena itu, terciptalah sebuah kesadaran untuk mengurangi respon negatif terhadap perusahaan dengan mengembangkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Bahasa Indonesia menyebutnya dengan Tanggung jawab sosial perusahaan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah sebagai bentuk partisipasi entitas bisnis dalam kegiatan sosial maupun kegiatan apapun yang memiliki tujuan untuk mengembangkan lingkungan, meningkatkan dan membangun

perekonomian serta mensejahterakan kehidupan masyarakat agar lebih baik lagi (Thasya, Lisah, Angeline, Gozal, Veronica, &

Dengan adanya berbagai macam dampak negatif akibat operasional perusahaan seperti pencemaran lingkungan, pencemaran air, udara, dsb juga menjadi salah satu pendukung adanya pengungkapan CSR. Dahulu mengungkap *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya sebagai laporan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan, namun saat ini pemerintah memberikan mengesahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) di Indonesia, menjadikan perseroan memiliki kesadaran dalam melakukan tanggung jawab social. Dengan melakukan CSR, perusahaan berharap akan mendapatkan legitimasi sosial dan mendapatkan citra positif, dengan adanya citra positif pada perusahaan bisa berdampak pada kinerja keuangan yang dapat menaikkan nilai perusahaan, meningkatkan penjualan perusahaan, mendapatkan loyalitas dari karyawan, konsumen. CSR juga dapat dilakukan sebagai pembenahan kesenjangan atau masalah lingkungan serta sosial sekitar perusahaan yang muncul akibat dari kegiatan perusahaan.

Perusahaan hanya akan mengungkapkan suatu informasi apabila informasi tersebut bisa menaikkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). Nilai perusahaan adalah nilai yang sanggup dibayar oleh kandidat konsumen ketika perusahaan tersebut diperdagangkan (Mardiasari, 2012).

Seiring dengan baiknya nilai perusahaan maka tingkat profitabilitas turut serta mengalami peningkatan. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi CSR, salah satunya yakni profitabilitas. (Munif & Prabowo, 2010) mengatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan ketika mendapatkan laba sehingga bisa menaikkan nilai pemilik saham. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa diaplikasikan pada semua perusahaan. Namun setiap perusahaan memiliki tantangan yang berbeda tergantung dengan aktivitas yang dijalannya. Perusahaan sector pertambangan adalah salah satu perusahaan yang memikat untuk diteliti. Pada perusahaan pertambangan sudut lingkungan adalah sudut yang kerap menjadi korban ketika aktivitas operasional perusahaan, hal itu bukan hal baru.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah pada peneitian ini adalah

1. Apakah Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, (2) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dalam memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

## **II. LANDASAN TEORITIS**

### ***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pemerintah melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 Tahun 2007 mewajibkan bagi perusahaan untuk melaksanakan program atau tanggung jawab sosial perusahaan selanjutnya ditulis CSR. Riswari & Cahyonowati (2012) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu tonggak yang penting dalam suatu manajemen korporat. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu wujud pertanggung jawaban sosial dari perusahaan kepada lingkungan masyarakat dengan melaksanakan berbagai kegiatan sosial dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan, selain itu sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing. Standar untuk melakukan pengungkapan CSR yang mulai banyak digunakan di Indonesia adalah dengan standar *Global Reporting Initiatives*. Barometer GRI dipilih dikarenakan terfokus pada standart yang digunakan melakukan pengungkapan kinerja suatu ekonomi, sosial, termasuk lingkungan yang bertujuan guna meningkatkan kualitas dan *sustainability reporting*. Didalam penelitian ini menggunakan 3 indikator kinerja yang terdiri dari ekonomi, sosial dan juga lingkungan dengan jumlah 91 indikator.

### **Profitabilitas**

Menurut Sartono (2001) dalam Nofrita (2013), profitabilitas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *Return On Asset* (ROA) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Noerirawan, 2012). Pada penelitian ini peneliti mengukur nilai perusahaan menggunakan Tobins'Q.

### **Hipotesis**

H1 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H2 = Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### Rancangan penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta teori yang sudah ditulis diatas maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

#### Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

##### *Corporate Social Responsibility* (X)

CSR dapat dihitung dengan indeks pengungkapan CSR (CSRI). Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan digunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Untuk memperoleh keseluruhan nilai untuk CSR perusahaan dapat dihitung dengan menjumlah semua nilai dari setiap item yang diperoleh. CSR dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

##### Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan pada penelitian diukur menggunakan Tobins'Q. Apabila Tobins'Q memiliki nilai diatas satu, maka menunjukkan bahwa investasi dalam asset menghasilkan laba yang memberikan nilai lebih tinggi, hal tersebut akan memancing investasi yang baru, namun apabila Tobins'Q dibawah satu maka sebaliknya:

$$\text{Tobins's Q} = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

##### Profitabilitas (Z)

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. ROA dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN Regresi Linier Sederhana**

Tabel 1. Hasil Regresi Sederhana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin Q)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5,707	11,265		-,507	,615	
	CSR	-26,921	17,606	-,213	-1,529	,133	1,000

Persamaan regresi untuk hipotesis pertama adalah :  $Y = -5,707 - 26,921X$ . Persamaan regresi di atas dapat dilihat bahwa CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian tersebut dapat dilihat bahwa koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -26,921. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila terdapat penambahan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 1 poin, maka Nilai Perusahaan (Tobin's Q) menurun sebesar -26,921. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Tobin Q)

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Tabel 2. Koefisien Diterminasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,213 <sup>a</sup>	,046	,026	6,16508	,046	2,338	1	49	,133	1,627

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NP

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,026. Hal ini dapat diartikan bahwa 2,6% variasi Nilai Perusahaan (Tobin Q) dapat dijelaskan oleh variasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sisanya sebesar 97,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

**Uji Signifikansi Regresi Sederhana Uji t**

Nilai t signifikansi sebesar 0,133 menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05 ( $0,133 > 0,05$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Tobin Q). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan” ditolak.

**Hasil Uji Hipotesis kedua**

Tabel 3. Hasil regresi Profitabilitas memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	-4,624	11,094		-,451	,236		
1 CSR	-24,123	14,125	-,184	-1,633	,129	,530	1,036
P	1,215	,727	,220	1,346	,012	,750	1,015

Persamaan regresi untuk hipotesis kedua adalah:  $Y = -4,624 - 24,123X + 1,215Z$

Tabel 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,305 <sup>a</sup>	,097	,076	6,08672	,093	2,464	2	48	,096	1,768

a. Predictors: (Constant), P, CSR

b. Dependent Variable: NP

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai ( $R^2$ ) sebesar 0,076. Hal ini dapat diartikan bahwa 7,6% variasi Nilai Perusahaan (Tobin Q) dapat dijelaskan oleh variasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas (ROA). Sisanya sebesar 92,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

a. Uji Signifikansi dengan Uji t

Tabel 5. Hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4,624	11,094		-,451	,236	
	CSR	-24,123	14,125	-,184	-1,633	,129	1,036
	P	1,215	,727	,220	1,346	,012	1,015

Uji signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan thitung dengan t tabel. Uji signifikansi dapat pula dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05. Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa nilai t signifikansi Profitabilitas (ROA) sebesar 0,012 menunjukkan nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Signifikansi CSR sebesar 0,129 menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu 0,05 ( $0,129 > 0,05$ ), sehingga profitabilitas (ROA) mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin Q). Variabel interaksi antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Tobin Q). Dengan demikian demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan” diterima.

***Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

Hasil pembuktian hipotesis pertama membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga karena adanya UU tentang perseroan terbatas No.40 tahun 2007 tentang perihal pelaksanaan CSR. Sehingga investor merasa tidak perlu melihat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, karena perusahaan pasti akan melakukannya jika perusahaan tidak ingin mendapat sanksi perundang-undangan (Puspitasari, 2011). Pelaksanaan CSR merupakan strategi jangka panjang, sehingga untuk menikmati hasil pelaksanaan CSR yang tercermin dalam kinerja perusahaan membutuhkan waktu cukup lama, sehingga wajar jika dalam jangka pendek pelaksanaan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



*Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya *corporate social responsibility* tidak berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena, yaitu kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR. Alasan orang membeli saham, memperoleh *capital gain* atau peningkatan harga saham, menerima pembayaran dividen dan mendapatkan hak “suara” dan ikut mempengaruhi jalannya perusahaan (Ermayanti, 2019). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Ramona (2017) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi, hasilnya menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian menggambarkan bahwa Profitabilitas (ROA) mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (Tobin Q). Artinya kenaikan profitabilitas (ROA) yang didukung dengan penerapan dan pengungkapan CSR, mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Sehingga masyarakat akan memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya.

Semakin baik kinerja perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya (ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat dan akibatnya para investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian telah dilakukan oleh Murnita (2018) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan *Leverage* Sebagai Variabel Moderating. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

## **V. PENUTUP**

*Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa fenomena, yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR pada perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019, beberapa perusahaan sektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019 tergolong menimbulkan dampak kerusakan lingkungan dan dampaknya secara tidak langsung kepada masyarakat karena jauh dari pemukiman, hal ini menjadikan CSR pada perusahaan pertambangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A.A Intan Puspita Sari, I.G.A.M. Asri Dwija Putri. (2015). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance pada Manajemen Laba. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 8.1 ISSN: 2302-8556.
- Abdul Muid, Moch. Ronni Noerirawan, 2012. "Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". Jurnal Akuntansi Vol.1 No. 2, hal. 4 Adityo. (2012). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Beta, Firm Size, dan Book Market terhadap Return Saham (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2011). In *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Ermayanti, D. 2019. Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. Sidoarjo:Indomedia Pustaka
- Mardiasari, N. (2012). Pengaruh Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah Periode 2007-2010). In *Skripsi*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.
- Murnita, Putu Elia Meilinda. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi: Vol.23 No 2

- Ramona, Suci. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). Artikel Ilmiah Universitas Pasir Pengaraian Rokan Hulu
- Rustiarini, N. W. (2010). Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*.
- Setyarini, Y., & Paramitha, M. (2011). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility . *Jurnal Kewirausahaan*, 10-17.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Thasya, N., Lisah, Angeline, Gozal, N., Veronica, & Rahmi, N. U. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* , 11, 69-82.
- (2020, Mei). Retrieved from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).