

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Yeni Puspitasari¹

Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi
Universitas Setia Budi

Titiek Puji Astuti²

Universitas Setia Budi
(titiekpuiastuti@gmail.com)

Sugiarti³

Universitas Setia Budi
(titinailafreya@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q. variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan, pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja, pengungkapan tanggung jawab sosial kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat, pengungkapan tanggung jawab sosial produk, pengungkapan tanggung jawab sosial energi, dan pengungkapan tanggung jawab sosial umum. Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2016. Sampel dalam penelitian ini adalah 32 perusahaan yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) keterlibatan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) kesehatan dan keselamatan tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, (4) lain-lain tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (5) produk tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (6) energi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (7) umum tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan (Tobin's Q), Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of corporate social responsibility on firm value. The dependent variable used in this research is firm value as measure by Tobin's Q. The independent variable in this study is the disclosure of the responsibility of social environment, the disclosure of the responsibility of social labor miscellaneous, the disclosure of the responsibility of social health and safety of labors, the disclosure of the responsibility of social public involvement, the disclosure of the responsibility of social product, the disclosure of the responsibility of social energy, and the disclosure of the responsibility of social public. This study uses firm size as control

variable. The population in this study is manufacturing company listed in Indonesian stock exchange 2011-2015 period. The sample in this study is 32 companies selected by using method. Purposive sampling the study uses panel data regression analysis as an analytical tool. The results showed that : (1) environment positif significant effect on firm value, (2) public involvement positif significant effect on firm value, (3) the health and safety of labors significant negative effect on firm value, (4) labor miscellaneous has no significant effect on firm value, (5) product has no significant effect on firm value, (6) energy has no significant effect on firm value, (7) public has no significant effect on firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Value (Tobin's Q), Company Size

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat sehingga perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi fenomena yang menarik berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan, seperti pada tahun 2011-2013 beberapa perusahaan mengalami penurunan dan kenaikan secara signifikan seperti pada PT. Garda Tujuh Buana Tbk (GTBO), PT. Bumi Resources Tbk (BUMI), PT. Krakatau Steel Tbk (KRAS), PT. Bakrieland Development Tbk (ELTY), dan PT. Garuda Indonesia (GIAA). Penurunan harga saham tersebut dikarenakan adanya masalah dalam laporan keuangan terutama mengenai kepemilikan saham dan tata kelola perusahaan yang kurang baik (www.liputan6.com). Menurut Rustiarini (2010) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sinyal positif bahwa perusahaan telah menerapkan *good corporate governance*.

Ada berbagai faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya yaitu CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan (Afandani, 2016).

Basamalah dan Jermias (2005), menyatakan bahwa dari sudut pandang ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan berharap jika dengan menerapkan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang.

Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan beberapa menunjukkan ketidaksamaan hasil. Hasil penelitian Harjoto dan Jo (2007), Kusumadilaga (2010), Rosiana, Gede, dan Maria (2013), Gunawan dan Utami (2008) menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Servaes dan Tamayo (2012), Nurlala dan Islahuddin (2008), dan Suhartai, Warsini, dan Sixpra (2011) yang tidak menemukan adanya pengaruh CSR dengan Nilai Perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menganalisa yang lebih mendalam mengenai 7 (tujuh) isu pokok pengungkapan

CSR yang lebih spesifik yaitu lingkungan, lain-lain tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, keterlibatan masyarakat, produk, energi dan umum. Penelitian ini mengacu pada tema pengungkapan yang digunakan oleh Hackston dan Milne (1996) karena tema tersebut sudah disesuaikan dengan keadaan perusahaan di Indonesia, dimana pengungkapan CSR nya masih bersifat umum dan belum rinci (Sembiring (2005). Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR.

Sehubungan dengan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial bidang lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum terhadap nilai perusahaan. penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial bidang lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum terhadap nilai perusahaan.

B. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan suatu pengumuman yang dipublikasikan agar memberikan sinyal bagi penanam modal dalam mengambil keputusan berinvestasi (Jogiyanto, 2013). Teori Sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik akan dengan sengaja memberikan sinyal ke pasar, agar pasar dapat membedakan kualitas perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk *et al.*, 2000).

Teori Legitimasi

Perusahaan semakin menyadari hubungan perusahaan dengan lingkungan sosial tempat perusahaan beroperasi dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai *justice* dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, CA, 1994). Dowling dan Preffer (1975) menyatakan bahwa terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu aktivitas perusahaan harus

sesuai dengan sistem nilai di masyarakat dan pelaporan aktivitas perusahaan hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Nilai perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan atau jasa untuk dijual (Salvatore, 2005). Naini (2014) menyatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Hartanti 2006 dalam Ni Wayan Rustiarini, 2010). Dalam penelitian ini penulis mengambil indikator dari nilai perusahaan yaitu Tobin's Q, karena rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik.

Corporate Social Responsibility

Menurut Hadi (2011), satu terobosan besar perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan "The Triple Bottom Line" yang dimuat dalam buku "Canibalts with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business". Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan

ingin *sustain* maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Darrough (1993) dalam Binsar H. Simanjuntak dan Lusy Widiastuti (2004) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan terhadap nilai perusahaan

Pfleiger *et al.*, (2005) mengatakan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab.

Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspons negatif melalui penurunan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Octavia (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun penelitian Nurlala dan

Islahuddin (2008) menyatakan tidak ada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja terhadap nilai perusahaan

Perusahaan proaktif melakukan program dan kegiatan kepada para tenaga kerja yang akan berdampak besar bagi perusahaan, tidak hanya memberikan kompensasi atau gaji kepada tenaga kerja tapi memberikan hak-hak yang lain kepada tenaga kerja seperti memberikan pelatihan dan rekreasi bersama agar tenaga kerja lebih bersemangat dalam bekerja untuk keberhasilan perusahaan.

Pengungkapan Lain-lain tenaga kerja tersebut sangat membantu perusahaan untuk membuat citra yang positif di masyarakat, sehingga semakin tinggi tingkat pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja perusahaan akan meningkatkan kualitas pengungkapan informasi kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian Gunawan dan Utami (2008) yang menyatakan CSR memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Pengungkapan tanggung jawab sosial lain lain tenaga kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial kesehatan dan keselamatan tenaga kerja terhadap nilai perusahaan

Pengertian keselamatan dan kesehatan kerja menurut Edwin B. Flippo (1995) adalah pendekatan yang menentukan standar yang menyeluruh, penentuan kebijakan pemerintah atas praktik-praktik perusahaan di tempat-tempat kerja dan pelaksanaan melalui surat panggilan, denda dan hukuman-hukuman lain.

CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan juga sesuai dengan teori sinyal, dimana perusahaan yang memiliki kualitas baik akan dengan sengaja memberikan sinyal ke pasar, sinyal ini dapat berupa informasi tentang pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumadilaga (2010) yang menyatakan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: Pengungkapan tanggung jawab sosial kesehatan dan keselamatan tenaga kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat terhadap nilai perusahaan

Tema keterlibatan masyarakat yaitu mencakup aktivitas kemasyarakatan yang dilakukan oleh perusahaan. Misalnya, aktivitas di dalam masyarakat yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, seni, fasilitas umum, kegiatan masyarakat sekitar, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya (Ratih, 2011).

Hasil penelitian Ramadhani (2017) menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun dalam penelitian yang dilakukan Puspaningrum (2014) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: Pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial produk terhadap nilai perusahaan

Produk menurut Kotler (1997) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk merupakan salah satu variabel CSR yang harus diperhatikan karena informasi mengenai produk sangat dibutuhkan oleh *stakeholder*, khususnya konsumen. Kegiatan perusahaan dalam

mengembangkan produknya ini bukan hanya menjadi perhatian manajemen tapi perhatian para investor juga (Saleh, 2010).

Hal ini sejalan dengan penelitian Adhitya dan Nuzzula (2016) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5: Pengungkapan tanggung jawab sosial Produk berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial energi terhadap nilai perusahaan

Kegiatan operasional perusahaan sangat berpengaruh terhadap energi yang digunakan oleh perusahaan, perusahaan yang dapat menekan dan mengefisienkan energi yang digunakan untuk kegiatan operasionalnya akan berdampak besar pada *stakeholder* sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian yang telah dilakukan Rosiana, dkk (2013) juga terbukti bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun penelitian Agustine (2014) tidak menemukan pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H6: Pengungkapan tanggung jawab sosial energi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial umum terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Umum merupakan pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Informasi yang dapat meningkatkan kepercayaan para *stakeholder* dan *shareholder* akan diungkap perusahaan, informasi mengenai operasional perusahaan dan kegiatan-kegiatan perusahaan lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Rosiana, dkk. (2013)

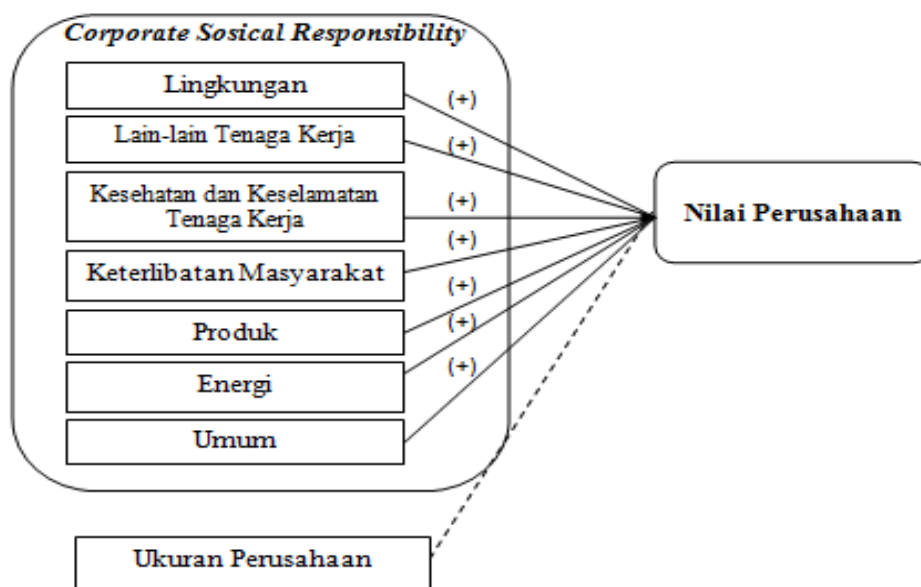
yang menyatakan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H7: Pengungkapan tanggung jawab sosial Umum berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diartikan suatu skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecilnya menurut berbagai cara, salah satunya adalah dengan besar kecilnya aset yang dimiliki (Ardyansah dan Zulaika, 2014).

Model Penelitian



C. METODE PENELITIAN

Jenis Dan Desain Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini termasuk penelitian kausalitas. Kausalitas merupakan penelitian dengan menggunakan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode ini merupakan metode untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel tersebut

antara lain: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011–2015. (2) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan *annual report* dan data keuangan yang lengkap yang dibutuhkan selama tahun 2011-2015. (3) Mencantumkan informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* perusahaan pada tahun 2011-2015. (4) Memiliki data terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Penghitungan menggunakan rumus Octavia (2012):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan:

MVE : *closing price* x jumlah saham yang beredar

DEBT : Nilai buku dari total utang

TA : Nilai buku dari total aktiva

Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR (lingkungan, lain-lain tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan kerja, keterlibatan masyarakat, produk, energi, umum). Indeks CSR yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan indeks yang ditetapkan oleh peraturan BAPEPAM No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan

kesesuaian item untuk diaplikasikan di Indonesia, terdapat 78 item pengungkapan yang sesuai untuk diterapkan di Indonesia (Sembiring, 2005).

Lingkungan (LKI)

Beberapa perusahaan menyajikan informasi pengungkapan lingkungan dalam suatu laporan terpisah dari laporan tahunan, yaitu dalam laporan keberlanjutan

sustainability report. Agar laporan bisa lebih mudah diketahui oleh *stakeholder*. Pada bidang lingkungan terdapat tiga belas (13)

item (Ramadhani, 2017). Rumus perhitungan LKI sebagai berikut :

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

Keterangan:

LKI_j : lingkungan Indeks j

$\sum x_{ij}$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan bidang lingkungan j, 1 = jika diungkapkan, 0= jika tidak diungkapkan.

N_j : jumlah keseluruhan item bidang lingkungan j n = 13

Lain-lain tenaga kerja (LTK)

Beberapa perusahaan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial bidang kesehatan dan keselamatan tenaga kerja dalam suatu laporan terpisah dari laporan tahunan, yaitu dalam laporan

keberlanjutan *sustainability report*. Agar laporan bisa lebih mudah diketahui oleh *stakeholder*. Pada bidang kesehatan dan keselamatan tenaga kerja terdapat delapan (8) item (Ramadhani, 2017). Rumus perhitungan KKT sebagai berikut:

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

Keterangan:

KKT_j : kesehatan dan keselamatan tenaga kerja Indeks j

$\sum x_{ij}$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan bidang kesehatan dan keselamatan tenaga kerja j, 1 = jika diungkapkan, 0= jika tidak diungkapkan.

N_j : jumlah keseluruhan item bidang kesehatan dan keselamatan tenaga kerja j n = 8

Keterlibatan masyarakat (KMA)

Beberapa perusahaan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial bidang keterlibatan masyarakat dalam suatu laporan terpisah dari laporan tahunan, yaitu dalam laporan keberlanjutan *sustainability*

report. Agar laporan bisa lebih mudah diketahui oleh *stakeholder*. Pada bidang keterlibatan masyarakat terdapat sembilan (9) item (Ramadhani, 2017). Rumus perhitungan KMA sebagai berikut:

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

Keterangan:

KMA_j : keterlibatan masyarakat Indeks j

$\sum x_{ij}$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan bidang keterlibatan masyarakat j, 1 = jika diungkapkan, 0= jika tidak diungkapkan.

N_j : jumlah keseluruhan item bidang keterlibatan masyarakat j n = 9

Produk (PRO)

Beberapa perusahaan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial bidang produk dalam suatu laporan terpisah dari laporan tahunan, yaitu dalam laporan

keberlanjutan *sustainability report*. Agar laporan bisa lebih mudah diketahui oleh *stakeholder*. Pada bidang produk terdapat sepuluh (10) item (Ramadhani, 2017). Rumus perhitungan PRO sebagai berikut:

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

Keterangan:

PRO_j : produk Indeks j

$\sum X_{ij}$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan bidang produk j, 1 = jika diungkapkan, 0 = jika tidak diungkapkan.

N_j : jumlah keseluruhan item bidang produk j n = 10

Energi (EGI)

Beberapa perusahaan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial bidang energi dalam suatu laporan terpisah dari laporan tahunan, yaitu dalam laporan

keberlanjutan *sustainability report*. Agar laporan bisa lebih mudah diketahui oleh *stakeholder*. Pada bidang energi terdapat tujuh (7) item (Ramadhani, 2017). Rumus perhitungan EGI sebagai berikut:

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

Keterangan:

EG_j : energi Indeks j

$\sum X_{ij}$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan bidang energi j, 1 = jika diungkapkan, 0 = jika tidak diungkapkan.

N_j : jumlah keseluruhan item bidang energi j n = 7

Umum (UMM)

Beberapa perusahaan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial bidang umum dalam suatu laporan terpisah dari laporan tahunan, yaitu dalam laporan

keberlanjutan *sustainability report*. Agar laporan bisa lebih mudah diketahui oleh *stakeholder*. Pada bidang umum terdapat dua (2) item (Ramadhani, 2017). Rumus perhitungan UMM sebagai berikut:

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

Keterangan:

UMM_j : umum Indeks j

$\sum X_{ij}$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan bidang umum j, 1 = jika diungkapkan, 0 = jika tidak diungkapkan.

N_j : jumlah keseluruhan item bidang umum j n = 2

Variabel kontrol

Menurut Zulkarnaini (2007) menyatakan bahwa ukuran suatu perusahaan tercermin dari total aset yang dimiliki, semakin besar aset perusahaan maka semakin besar

ukuran perusahaan, begitupun sebaliknya. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan logaritma natural dari total aktiva, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut (Budiasih, 2009) :

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Keterangan:

Size : Ukuran perusahaan

Ln : Logaritma natural

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dari penelitian ini diperoleh secara historis dari *annual report* atau laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011-2015 dalam www.idx.co.id.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif menginterpretasikan nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, dari masing-masing variabel penelitian.

Analisis Induktif

Model regresi data panel

Menurut Ghozali dan Ratmono (2013), data panel adalah gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang waktu (*cross section*). Secara sederhana data panel didefinisikan sebagai kumpulan data (dataset) dimana perilaku unit *cross-sectional* (misalnya individu, perusahaan, negara) diamati sepanjang waktu.

Metode estimasi model regresi panel

Terdapat beberapa metode yang bisa digunakan untuk mengestimasi model regresi dengan data panel, antara lain:

- 1) Koefisien Tetap Antar Waktu dan Individu (*Common Effect*)

Dalam mengestimasi model data panel untuk pendekatan ini, digunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil.

- 2) Slope Konstan tetapi Intersep Berbeda Antar Individu (*Fixed Effect*)

Teknik model *fixed effect* mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Model estimasi ini sering juga disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variabel* (LSDF).

- 3) Estimasi Dengan Pendekatan *Random Effects*

Dalam model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model

Random Effect perbedaan intersep diakomodasi oleh *error terms* masing-masing perusahaan.

Pemilihan Model

1) *Chow tes* atau *Likelihood test*

Uji ini digunakan untuk pemilihan antara model *fixed effect* dan *common effect*. Hipotesis dalam uji ini adalah:

H_0 : *Common Effect Model* atau *pooled OLS*

H_a : *Fixed Effect Model*

2) *Hausman test*

Uji Hausmen adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *fixed effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan.

Uji Model

Analisis regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu *dependent variable* dengan dua atau lebih *independent variable*. Data yang telah dikumpulkan akan diolah dengan menggunakan *Software E-views 09*. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait digunakan estimasi model regresi sebagai berikut:

$$Qit = \alpha_1 + \beta_1 LKI + \beta_2 LTK + \beta_3 KKT + \beta_4 KMA + \beta_5 PRO + \beta_6 EGI + \beta_7 UMM + Y_1 SIZE + e$$

Keterangan:

Qit	: Nilai perusahaan I tahun ke-t yang diukur dengan menggunakan proksi Tobin's Q.
α_1	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$: Koefisien Regresi
LKI	: Lingkungan
LTK	: Lain-lain tenaga kerja
KKT	: Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja
KMA	: Keterlibatan masyarakat
PRO	: Produk
EGI	: Energi
UMM	: Umum
SIZE	: Ukuran perusahaan
e	: <i>error</i>

Dilakukan dengan 2 pengujian model untuk analisis regresi, yaitu uji model dengan uji F dan uji hipotesis dengan uji t.

Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang

dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan distribusi t, uji statistik untuk menguji apakah secara terpisah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik. Uji ini dilakukan dengan taraf $\alpha = 5\%$.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2015, dengan jumlah populasi 143 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 32 perusahaan, sehingga diperoleh data penelitian sebanyak 160 data.

Statistik Deskriptif

Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat dari table berikut ini:

	NP	LKI	LTK	KKT	KMA	PRO	EGI	UMM
Mean	2.708920	0.710577	0.317457	0.640625	0.714957	0.565000	0.460714	0.821875
Median	1.690227	0.692308	0.310345	0.625000	0.666667	0.600000	0.285714	1.000000
Maximum	18.64037	1.000000	0.586207	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000
Minimum	0.283356	0.153846	0.172414	0.125000	0.307692	0.100000	0.142857	0.500000
Std. Dev.	3.114507	0.197013	0.092583	0.309934	0.170591	0.374367	0.316390	0.240197
Observations	160	160	160	160	160	160	160	160

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 4.2 variabel nilai perusahaan yang diprosikan dengan menggunakan Tobin's Q memiliki nilai minimum 0.283356 dan maksimum 18.64037 dan rata-rata sebesar 2.708920. Perusahaan yang memiliki nilai Tobin's Q minimum dalam penelitian ini adalah Asahimas Flat Glass Tbk pada tahun 2011. Sedangkan perusahaan dengan nilai

Tobin's Q maksimum adalah Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2015.

Uji Kelayakan Model Estimasi Regresi Data Panel

Pemilihan model tersebut dilakukan dengan uji *chow* dan uji *hausman*, penjelasannya adalah sebagai berikut:

Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	16.420957	(31,120)	0.0000
Cross-section Chi-square	265.074953	31	0.0000
R-squared	0.177931	Mean dependent var	2.708920
Adjusted R-squared	0.134378	S.D. dependent var	3.114507
S.E. of regression	2.897701	Akaike info criterion	5.020318

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Tabel 4.2 Hasil uji Chow

Pada Tabel 4.2 terlihat bahwa probabilitas dari Cross-Section F yaitu 0,0000, dimana nilai tersebut menunjukkan nilai <0,05 (tingkat signifikansi penelitian ini) tetapi nilai Akaike info criterion lebih besar dibandingkan nilai R-squared yang menunjukkan fixed effect tidak baik untuk penelitian karena ketentuan R-squared > Akaike info criterion. Berdasarkan hasil uji chow disimpulkan bahwa antara metode common effect dan fixed effect penelitian ini lebih baik menggunakan metode common effect. Dari hasil diatas penelitian ini menunjukkan bahwa metode yang

digunakan yaitu common effect, sehingga untuk uji model selanjutnya adalah uji hausman tidak perlu dilakukan karena uji hausman untuk membandingkan model fixed effect dan random effect.

Hasil Analisis Data Panel

Metode yang terpilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah common effect. Hasil regresi common effect termuat dalam tabel berikut dengan keterangan * merupakan signifikan ≤10%, ** merupakan signifikan ≤5%, dan *** merupakan signifikan ≤1%. Berikut hasil regresi common effect.

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.
LKG	4.657941	2.403737	0.0174**
LTK	-4.450083	-1.592130	0.1134
KKT	-2.306282	-2.196197	0.0296**
KMA	2.865567	1.749009	0.0823*
PRO	-0.727466	-0.765829	0.4450
EGI	1.155183	1.165478	0.2457
UMM	0.762357	0.639867	0.5232
SIZE	0.188576	1.154449	0.2501
R-squared		0.177931	
Adjusted R-squared		0.134378	
F-statistic		4.085361	
(F-statistic)		0.000198	

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Tabel 4.3 Hasil regresi common effect

pengujian hipotesis dengan hasil analisis regresi yang disajikan pada Tabel 4.3 maka dapat disimpulkan hasil sebagai berikut:

Koefisien Determinasi R^2

Tampilan output di atas menunjukkan besarnya nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,134378 yang berarti 7 variabel independen yaitu lingkungan, lain-lain tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, keterlibatan masyarakat, produk, energi, umum, serta variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan mampu menjelaskan 13% variasi variabel nilai perusahaan dan sisanya 87% dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Signifikansi Model (Uji Statistik F)

Tampilan output menunjukkan nilai F statistik 4,085361 dengan probabilitas 0,000198. Nilai probabilitas dibawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tujuh variabel independen (lingkungan, lain-lain tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, keterlibatan masyarakat, produk, energi, dan umum) serta variabel kontrol (ukuran perusahaan) dalam penelitian ini berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai signifikan penelitian dapat dilihat dalam tabel 4.6 dan dalam *evIEWS*, maka pembahasan hasil uji statistik t antara

variabel independen dan dependen adalah sebagai berikut:

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial Lingkungan terhadap nilai perusahaan

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan berpengaruh secara positif signifikan dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian dapat diterima dan terbukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Octavia (2012) dan Hastuti (2016), yang menyatakan bahwa lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan serta penelitian Gunawan dan Utami (2008) dan Rosiana, dkk. (2013) yang menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik dalam menjalankan kegiatan operasinya yaitu dengan memperhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Ramadhani (2017) yang menyatakan lain-lain tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang menyatakan tidak ada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Di dalam pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja ini terdapat 29 item pengungkapan, tetapi tidak semua perusahaan akan mengungkapkan secara lengkap mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja terhadap nilai perusahaan

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial kesehatan dan keselamatan tenaga kerja berpengaruh secara negatif signifikan dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Puspaningrum (2014) dan Pramana dan Mustanda (2016) yang menyatakan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan komunikasi tanggung jawab sosial kesehatan dan keselamatan tenaga kerja secara tepat sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat terhadap nilai perusahaan

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat berpengaruh secara positif signifikan dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,10 terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis pertama (H_4) dalam penelitian dapat diterima dan terbukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ramadhani (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengungkapan tanggung jawab sosial keterlibatan masyarakat dalam laporan keuangan diharapkan akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*).

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial Produk terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial produk tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Hastuti (2016), yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial produk tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal

ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan tanggung jawab sosial produk dalam CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan, karena informasi yang dicantumkan mengenai produk yang dijual sudah dilakukan sebelum adanya undang-undang tentang CSR.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial Energi terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial energi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Ramadhani (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial energi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta penelitian Agustine (2014) yang tidak menemukan pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena rendahnya kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial mengenai energi, dan bisa terjadi karena perusahaan hanya mengungkapkan atau melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial energi yang sederhana seperti pengungkapan mengenai penggunaan energi lebih efisien dalam kegiatan operasi dengan menggunakan lampu LED, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial energi belum mampu mempengaruhi nilai perusahaan dengan baik.

Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial Umum terhadap nilai perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial umum tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini penelitian mendukung penelitian Ramadhani (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial umum tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan karena calon investor tidak terlalu memperhatikan 2 item pengungkapan dalam item umum yaitu: 1) Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, 2) Informasi yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan tapi belum tercatat.

E. SIMPULAN

Pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan, keterlibatan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial kesehatan dan keselamatan tenaga kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial lain-lain tenaga kerja, produk, energi, dan umum tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan CSR sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dan diperoleh sampel yang memenuhi kriteria sampel yaitu 32 perusahaan sehingga masih relatif

sedikit. Pada penelitian ini, perusahaan tidak maksimal dalam mengungkapkan item CSR dalam bidang energi, lain-lain tenaga kerja, dan produk.

Saran

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain selain CSR yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, misalnya GCG. Penelitian selanjutnya dapat menambah tahun penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

REFERENSI

- Adhitya, R., & Nuzula, N. F. 2016. Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Afandani, Fauziah. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Expenditure, Corporate Social Responsibility Disclosure, Dan Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Agustine, Ira. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA*. Vol. 2.
- Almilia, Luciana Spica, Wijayanto, Dwi. 2007. Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance. *Depok: Proceedings The 1st Accounting Conference*.
- Ardyansyah, Danis. Zulaikha. 2014. Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (Etr). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Basamalah dan Jeremias. 2005. Social and Environmental Reporting and Auditing In Indonesia. Maintaining Organizational Legitimacy. *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol.7.
- Binsar H. Simanjuntak dan Lusy Widiastuti. 2004. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol 7.
- Budiasih, Igan. 2009. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba. *Jurnal Akuntansi Bisnis*. Vol. 4
- Dowling, J. and Pfeffer, J. 1975. Organisational Legitimacy: Social Values and Organisational Behavior. *Pacific Sociological Review*, Vol. 18.

- Edwin B, Flippo. 1995. *Manajemen Personalia*. Edisi VI. PT. Erlangga, Jakarta.
- Gunawan, B dan S.S Utami. 2008. Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol 7.
- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 8*, ISBN. UNDIP Semarang.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No. 1:77-108.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harjoto, M. A., & Jo, H. 2007. 2011. Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*.
- Hastuti, Nindri. 2016. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- <http://m.liputan6.com/bisnis/read/2062334/5-saham-yang-harganya-jungkir-balik>. (diakses 26 September 2017)
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Naini, D. I. 2014. Pengaruh *Free Cash Flow* dan Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Octavia, I. 2012. Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Pramana, I Gusti Ngurah Agung Dwi dan I Ketut Mustada. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan *Size* terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. *E-jurnal Manajemen Unud*.
- Pflieger, Juli, Matthias Fischer, Thilo Kupfer and Peter Eyerer. 2005. The contribution of life cycle

- assessment to global sustainability reporting of Organization. *Management of Environmental*. Vol. 16, No. 2.
- Puspaningrum, Yustisia. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ramadhani, Zakky. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol 6, No. 8.
- Ratih Dewanggono H.K. 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Laporan Tahunan Terhadap Harga Saham. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina, Gede Juliarsa, dan Maria M. Ratna Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*. Universitas Udayana Bali.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh corporate governace pada hubungan corporate social responsibility dan nilai perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*, Purwokerto.
- Saleh, M, N. Zulfikar, R. Muhamad. 2010. Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public nlisted companies in Malaysia. *Manageria IAuditingJournal*. Vol. 25. No.6:591-613.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sembiring, Eddy. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo.
- Servaes, henri dan Ane Tamayo. 2013. The Impact Of Corporate Social Responsibility on Firm value: The Role Of Customer Awareness. *Managemen Science*. Vol 59, No.5 May 2013 pp 1045-1061.
- Suhartati, Titi, Sabar Warsini, dan Nedsal Sixpria. 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 10, No. 2, Desember 2011: 95-105.
- Titisari Tilt, C. A. 1994. The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure: Some Empirical Evidence.

*Accounting, Auditing &
Accountability Journal*

Wolk, Harry I, Michael G. Teraney, dan James L Dodd. 2000. *Accounting Theory: A Conceptual Intitusal Approach*. Edisi ke 5. College Publishing. South-Western.

Zulkarnaini. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Jenis Industri Terhadap Praktek Perataan Laba Pada Perusahaan Go *Public* Di Indonesia. *Journal Ichsan Gorontalo*. Vol 2.