

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI PEMODERASI

I G A N Bayu Darma Putra¹
Made Gede Wirakusuma²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali-Indonesia
e-mail: gungde_bayu@yahoo.co.id / telp: +62 85 739 139 882

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali-Indonesia

ABSTRAK

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan, namun menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian Nugraheni (2010) menemukan hasil *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi penelitian Agustine (2013) menemukan hasil sebaliknya. Hal ini menunjukkan ada faktor lain yang mempengaruhi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013. Jumlah sampel sebanyak 26 perusahaan pertambangan dengan metode *probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi non prilaku. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan, (2) profitabilitas mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, nilai perusahaan, *corporate social responsibility*

ABSTRACT

There are many studies about the effect of corporate social responsibility on firm value, however they show inconsistent results. Nugraheni (2010) found the corporate social responsibility has significant effect on firm value, on the Agustine (2013) found different result. This suggests there are other factors that affect the relationship between corporate social responsibility on firm value. This study used profitability as a moderating variable. This study aimed to determine the effect of corporate social responsibility to the firm value with profitability as moderating variables in mining companies in Indonesia Stock Exchange 2011-2013. The total sample of 26 industries mining the probability sampling method. Data collected by non-behavioral observation techniques. The analysis technique used is a simple linear regression analysis and regression analysis moderation. The results showed that (1) corporate social responsibility positive effect on firm value, (2) the profitability able to strengthen the influence of corporate social responsibility on firm value.

Keywords: profitability, firm value, corporate social responsibility, mining industry

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan bukan saja menjadi bagian yang bertanggung jawab kepada pemiliknya saja (*shareholder*) tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (*stakeholder*). Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka tingkat eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial semakin tinggi dan tidak terkendali, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal ini termuat dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Utama 2007). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan (Erni, 2007). McWilliams dan Siegel (2001) juga mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, melebihi kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum.

Corporate Social Responsibility sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap pemegang saham atau *shareholder*, tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berekepentingan atau *stakeholder* (Poddi dan Vergalli 2009).

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Jensen (2001) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*, dimana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang telah menerapkan CSR pada umumnya akan mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut. Pengungkapan CSR dilakukan melalui *social reporting disclosure* dalam laporan keuangan. Pengungkapan pelaksanaan CSR menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Diharapkan pengungkapan CSR tersebut mampu mempengaruhi secara positif perilaku investor untuk lebih memperhatikan aspek sosial. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai konsumen dan perusahaan diminati investor.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Ramadhani (2012) yang sebelumnya meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur, dengan kepemilikan manajemen sebagai variable moderasi. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang berbeda yaitu apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's. Dan menambahkan profitabilitas sebagai variable pemoderasi. Periode penelitian ini menggunakan tiga tahun pengamatan (2011-2013).

Profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian ini karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan juga semakin besar atau banyak.

Selain melakukan pengungkapan laporan keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga harus melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Penerimaan dari masyarakat diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para *stakeholders*. Melalui pengungkapan CSR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Nurlala dan Islahudin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

H₁ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan erat dengan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan-perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Perusahaan-

perusahaan yang dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR dengan baik dapat meningkatkan reputasinya serta dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat.

Menurut Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, profitabilitas akan memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Vintila dan Florinita (2013) serta Lucyanda dan Siagian (2012).

H₂: Profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, untuk mengetahui hubungan dari dua variabel atau lebih. Peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan beberapa variabel, yaitu pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013 yang menjadi objek dari penelitian ini.

Penelitian ini mengukur variabel nilai perusahaan dengan menggunakan Tobin's Q dimana rumus tersebut didapat dengan membagi *closing price* dikali jumlah saham yang beredar ditambah nilai buku dari total hutang dengan nilai buku dari total aktiva ditambah nilai buku dari total hutang.

Pengukuran corporate social responsibility mengacu pada *Global Reporting Initiative Generation 3.1 (GRI G3.1)*. Berdasarkan GRI G3.1 terdapat enam aspek pengungkapan yang meliputi 84 item. Masing – masing kategori diberi skor 1 sehingga jika perusahaan mengungkapkan 1 (satu) item saja maka skor yang diperoleh adalah 1 (satu). Namun jika item tidak diungkapkan maka diberi skor 0 (Nol).

Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*. Rumus dari ROA tersebut yaitu laba bersih dibagi total aktiva dikali 100 persen.

Laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2013 merupakan data kuantitatif dalam penelitian ini, sedangkan data kualitatif dalam penelitian ini adalah daftar perusahaan pertambangan yang tercatat di BEI periode 2011-2013, daftar nama perusahaan. Kedua data tersebut diperoleh dari situs resmi BEI www.idx.co.id.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2013 yaitu sejumlah 40 perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan cara pertimbangan dan kriteria tertentu, metode ini disebut dengan metode *purposive sampling*.

Analisis regresi linier sederhana merupakan analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ukuran kekuatan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Untuk menguji apakah suatu variabel merupakan variabel moderating yakni dengan melakukan uji interaksi. Regresi

dengan melakukan uji interaksi antarvariabel disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 78 perusahaan pertambangan sebagai sampel, tetapi harus melakukan data outlier untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Setelah outlier dilakukan, maka sampel penelitian ini menjadi berjumlah 72 perusahaan pertambangan.

Tabel 1.
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	72	0,952	1,0000	0,3067	0,2355
Profitabilitas	72	-0,2226	0,4006	0,0784	0,1243
Nilai Perusahaan	72	0,3700	3,7700	1,4585	0,8182
Valid N (listwise)	72				

Sumber: Data primer diolah, 2014

Tabel 1 menunjukkan hasil deskriptif yang diraih dari pengolahan data melalui SPSS. Kolom minimum menunjukkan data terendah setiap variabel yang terdapat pada data perusahaan pertambangan, sedangkan kolom maksimum menunjukkan data tertinggi dari setiap variabel yang terdapat pada data perusahaan pertambangan. Kolom mean menunjukkan rata-rata dari setiap variabel, sementara kolom standar deviasi menunjukkan besarnya variasi yang terdapat pada setiap variabel.

Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011 hingga 2013. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 76 data, dengan hasil uji asumsi klasik sebagai berikut.

Tabel 2.

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	
	Analisis Regresi Linear Sederhana	MRA
N	76	76
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,053	0,163

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 2 menunjukkan statistik *kolmogorov-smirnov* test pada analisis regresi linear sederhana dan MRA masing-masing senilai 0,053 dan 0,163 yaitu diatas 0,05. Ini berarti data residual pada penelitian ini berdistribusi normal..

**Tabel 3.
Hasil Uji Autokorelasi**

	Analisis Regresi Linear Sederhana	MRA
<i>Runs Test</i>	0,635	0,058

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 3 menunjukkan nilai runs test pada analisis regresi linear sederhana dan MRA masing-masing senilai 0,635 dan 0,058 yaitu diatas 0,05. Ini berarti data yang diuji tidak terjadi gejala autokorelasi.

**Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Sig.	
	Analisis Regresi Linear Sederhana	MRA
CSR	0,053	0,917
ROA		0,317
CSR*ROA		0,881

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi pada masing-masing variabel diatas 0,05. Ini berarti data variabel yang diuji bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR (Regresi Linear Sederhana)	1,000	1,000
CSR (MRA)	0,374	2,672
ROA (MRA)	0,321	3,110
CSR*ROA (MRA)	0,191	5,227

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 5 menunjukkan nilai tolerance pada masing-masing variabel diatas 0,1 serta nilai VIF pada masing-masing variabel dibawah 10. Ini berarti data variabel yang diuji tidak mengandung gejala multikolinearitas.

Dalam mengkaji hipotesis pertama dilakukan uji regresi linear sederhana, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 6.
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,182	0,155		7,643	0,000
ROA	0,901	0,401	0,259	2,248	0,028

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 6 di atas, maka persamaan regresi linier sederhana yang dibentuk pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y = 1,182 + 0,901 X_1 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1,182 berarti bahwa jika nilai variabel bebas yaitu *corporate social responsibility* (X_1) sama dengan nol, maka nilai perusahaan (Y) adalah sebesar 1,182. Koefisien regresi pengungkapan *corporate social responsibility* (X_1) sebesar 0,901 berarti bahwa jika pengungkapan *corporate social responsibility* (X_1) bertambah 1 kali, maka nilai perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 0,901 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Semakin naik pengungkapan *corporate social responsibility* semakin meningkat nilai perusahaan.

Dalam mengkaji hipotesis kedua dilakukan uji MRA, dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 7.
Hasil Moderated Regression Analysis (MRA)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,307	0,187		7,000	0,000
CSR	-0,268	0,613	-0,077	-0,437	0,664
Profitabilitas	-0,258	1,253	-0,039	-0,206	0,837
X1X2	9,124	4,246	0,530	2,149	0,035

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 7 di atas, maka persamaan *moderated regression analysis* (MRA) yang dibentuk pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * X_2 + e$$

$$Y = 1.307 - 0,268X_1 - 0,258X_2 + 9,124X_1X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1.307 berarti bahwa jika nilai variabel bebas yaitu *corporate social responsibility* (X_1) sama dengan nol, maka nilai perusahaan (Y) adalah sebesar 1.307 persen. Koefisien *corporate social responsibility* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) sebesar 9,124 berarti bahwa *corporate social responsibility* (X_1) dan Profitabilitas (X_2) bertambah satu kali, maka nilai perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 9,124 persen.

Hasil nilai *Adjusted R²* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependennya

Tabel 8.
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	Analisis Regresi Linear Sederhana	MRA
<i>Adjusted R²</i>	0,054	0,173

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 8 diketahui nilai *adjusted R²* pada analisis regresi linear sederhana dan MRA sebesar 0,054 dan 0,173. Pada analisis regresi linear sederhana hal ini berarti 5,4 persen perubahan nilai perusahaan dalam perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013 dipengaruhi *corporate social responsibility* sedangkan sisanya sebesar 94,6 persen dipengaruhi oleh

variabel lain di luar model regresi. Pada analisis MRA hal ini berarti 17,3 persen perubahan nilai perusahaan dalam perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013 dipengaruhi oleh *corporate social responsibility*, dan profitabilitas sedangkan sisanya sebesar 82,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi.

Tabel 9.
Hasil Analisis Uji Statistik t Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	B	t	Sig
(Constant)	1,182	7,643	0,000
CSR	0,901	2,248	0,028

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 9 hasil uji t variabel *corporate social responsibility* (X_1) sebesar 2,248 dengan sig. sebesar 0,028 yang berada di bawah 0,05, dengan demikian H_1 diterima, ini berarti *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan (Y).

Tabel 10.
Hasil Analisis Uji Statistik t MRA

Model	B	T	Sig
(Constant)	1,307	7,000	0,000
CSR	-0,268	-0,437	0,664
ROA	-0,258	-0,206	0,837
CSR*ROA	9,124	2,149	0,035

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 10 hasil uji t variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi sebesar 2,149 dengan sig. sebesar 0,035 yang berada di bawah 0,05, dengan demikian H_2 diterima, ini berarti profitabilitas

mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dalam perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013.

Tabel 11.
Hasil Analisis Uji Statistik F Regresi Linear Sederhana

Model	F	Sig
Regresion	5,052	0,028

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang ditunjukkan dalam Tabel 11 diperoleh nilai F sebesar 5,052 dengan signifikansi 0,028 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa model regresi *corporate social responsibility* layak digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013.

Tabel 12.
Hasil Analisis Uji Statistik F MRA

Model	F	Sig
Regresion	5,936	0,001

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh nilai F sebesar 5,936 dengan signifikansi 0,001 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa model regresi yang terdiri dari *corporate social responsibility* dan profitabilitas layak digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* terbukti berpengaruh pada nilai perusahaan dalam perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013. Profitabilitas terbukti mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dalam perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2013.

Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu *corporate social responsibility* serta satu variabel pemoderasi yaitu profitabilitas. Saran yang diajukan dalam penelitian ini, Penelitian selanjutnya agar dapat menambah variabel independen atau variabel pemoderasi lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan.

REFERENSI

- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.*
- Utama, Sidharta. 2007. *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan TanggungJawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia.* www.ui.edu. Diakses tanggal 18 Mei 2013.
- Erni, 2007. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan.
- Lucyanda, Jurica and Lady Gracia Prilia Siagian. 2012. *The Influence of Company Characteristics Toward Corporate social responsibility Disclosure. The 2012 International Conference on Business and Management, 6-7 September 2012, Phuket-Thailand.*
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review, 26* (1): pp: 117-127.

- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Poddi, L & Vergalli, S. 2009. Does *Corporate Social Responsibility* Affect The *Performance of Firms*.
- Ramadhani, Surya. 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
- Rika, Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Vintila, Georgeta dan Florinita Duca. 2013. *A Study of the Relationship Between Corporate Social Responsibility – Financial Performance – Firm Size. Revista Romana de Statistica Trim.I/2013*
- Widiyasari, Rani. 2013. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Pada tahun 2010-2012). Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya.
- www.globalreporting.org (diunduh pada tanggal 21 september 2014 untuk mendapatkan data mengenai kriteria pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan Indikator *Global Reporting Initiative Generation*).