

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi

Anak Agung Ayu Mutya Armika¹
I Ketut Suryanawa²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail:mutyaarmika@gmail.com/ Telp: +62 85847945005

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

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan faktor yang sangat fundamental dan perlu diketahui oleh para investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan merupakan sinyal bagi investor dalam rangka menanamkan saham pada perusahaannya. Informasi yang diberikan oleh perusahaan berupa nilai perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas. Tujuan penelitian ini untuk memperoleh bukti empiris peranan profitabilitas dalam memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI selama tahun 2013-2015. Populasi penelitian ini berjumlah 60 perusahaan, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 57 perusahaan menggunakan metode *nonprobability sampling*, khususnya teknik *purposive sampling*. Variabel terikat penelitian ini ialah nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV). Variabel bebas dalam penelitian ini ialah pengungkapan tanggung jawab sosial yang diukur dengan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (indeks CSRSD). Variabel moderasi dalam penelitian ini ialah profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE). Nilai perusahaan diukur dengan Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi non partisipan. Teknik analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan.

Kata Kunci: pengungkapan tanggung jawab sosial, nilai perusahaan, profitabilitas

ABSTRACT

Company value is very fundamental factor and need to be known by the investors before deciding to invest. Information disclosed by the company is a signal for investors to instill shares in the company. Information provided by companies in the form of corporate value, disclosure of social responsibility and profitability. The purpose of this study is to obtain empirical evidence of the role of profitability in moderating the influence of corporate social responsibility disclosure on firm value in basic and chemical industry companies listed on the IDX during the year 2013-2015. The population of this study amounted to 60 companies, with samples used by 57 companies using nonprobability sampling method. The dependent variable is firm value as measured by Price Book Value (PBV). The independent variable is disclosure of social responsibility as measured by the corporate social responsibility disclosure index (CSRSD index). The moderation variable is profitability measured by Return on Equity (ROE). Data collection method used is non participant observation. The analysis technique used is Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the study shows the disclosure of corporate social responsibility positively affects on firm value. Profitability does not able to moderate influence of corporate social responsibility disclosure on firm value.

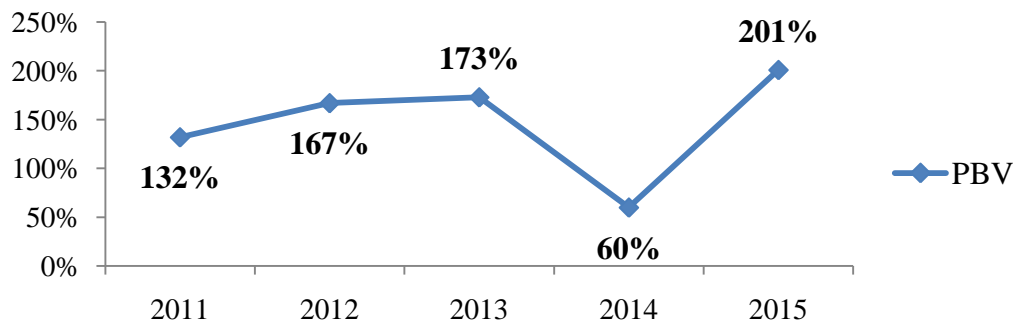
Keywords: disclosure of corporate social responsibility, corporate value, profitability

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan faktor yang sangat fundamental dan perlu diketahui oleh para investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), nilai perusahaan salah satu tanggapan dari investor terhadap kesuksesan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Nilai perusahaan penting untuk diteliti karena mencerminkan pertumbuhan dan kinerja manajemen perusahaan. Rasio *Price to Book Value* (PBV) merupakan pengukuran dalam menentukan nilai perusahaan. Menurut Permatasari dan Gayatri (2016), PBV digunakan untuk melihat pengaruh nilai perusahaan dari segi investor yang menggunakan saham, bukan penggunaan hutang. Menurut Wardjono (2010), PBV digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya dan menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Penelitian Lindawati dan Puspita (2015) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi dengan adanya peluang investasi. Peluang investasi merupakan sinyal positif untuk pertumbuhan perusahaan di masa depan, karena nilai perusahaan yang mengalami peningkatan menyebabkan investor lebih tertarik menanamkan investasi yang disebabkan perusahaan sudah mampu mengelola sumber dayanya dengan baik, sehingga pertumbuhan perusahaan kedepannya mengalami peningkatan. Menurut Suffah dan Riduwan (2016), nilai perusahaan tercermin

dari harga pasar saham perusahaan yang berasal dari permintaan maupun penawaran investor di bursa saham. Hal ini dapat dinyatakan apabila terjadi peningkatan harga pasar saham maka akan mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, nilai perusahaan sektor industri dasar dan kimia pada Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami kondisi yang fluktuatif selama periode 2011 hingga 2015 yang dapat mempengaruhi keputusan investor. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan data yang dinyatakan dalam Gambar 1.



Gambar 1.
Grafik Data Rata-Rata Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI tahun 2011-2015 dengan Rasio PBV

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2011-2015

Gambar 1. memberikan bukti bahwa kondisi nilai perusahaan pada sektor industri dasar dan kimia di BEI saat ini mengalami kondisi fluktuatif. Kondisi penurunan terjadi pada tahun 2014 dimana mengalami penurunan yang cukup tajam yaitu sebesar 65,3% dari tahun 2013. Data yang ditampilkan berupa PBV sektor industri dasar dan kimia di BEI pada tahun 2014 sesuai dengan fakta, yaitu kinerja perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. (SMGR) tercatat paling rendah selama empat tahun terakhir (2011-2014) yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti peningkatan biaya operasional yaitu kenaikan tarif dasar listrik dan

peningkatan biaya transportasi akibat kenaikan harga bahan bakar minyak serta permintaan semen (Wiharto, 2015). Selain itu fakta menunjukkan bahwa perusahaan industri dasar dan kimia pada tahun 2014 mengalami ketergantungan pada bahan baku impor yang cukup tinggi sehingga rentan terhadap gejolak kurs, salah satunya perusahaan subsektor pakan ternak masih menggunakan bahan baku impor sebesar 80% (Hidayat, 2014).

Fenomena sektor industri dasar dan kimia di BEI selama tahun 2011 hingga 2015 menunjukkan banyak faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan maupun peningkatan nilai perusahaan, salah satu yang sesuai dengan fakta adalah kinerja perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat meningkat jika perusahaan memiliki informasi yang baik (*goodnews*) untuk investor. Perusahaan yang memiliki prospek yang baik akan cenderung mengomunikasikan berita kepada para investor (Ross, 1977). Informasi baik yang dimiliki perusahaan akan menjadikan sinyal pada investor dan apabila direspon informasi tersebut sebagai keuntungan investor, maka investor akan menanamkan saham kepada perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya.

Perusahaan pada umumnya berusaha untuk mencapai kesesuaian antara perilaku perusahaan dengan norma yang terdapat pada masyarakat umum (Dowling dan Pfeffer, 1975). Legitimasi merupakan suatu hal yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat, yang kemudian menjadi manfaat atau sumber daya potensial untuk keberlanjutan perusahaan (O'Donovan, 2002 dalam Lindawati dan Puspita, 2015).

Perusahaan menaati norma dengan mengikuti peraturan yang telah diatur oleh pemerintah agar perusahaan lebih diterima oleh masyarakat atau *stakeholder*.

Negara Indonesia mewajibkan perusahaan terbuka untuk melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosial yang diatur dalam Peraturan Pemerintah no. 47 Tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29/POJK.04/2016 mengenai Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik pada pasal 4. Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan untuk memberikan informasi dan pemahaman terhadap *stakeholder* bahwa perusahaan sudah peduli dan tanggap terhadap *stakeholder*. Tanggung jawab sosial merupakan kegiatan perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012).

Perusahaan tidak semuanya wajib melakukan tanggung jawab sosial dapat melaksanakan hal tersebut secara keseluruhan dan tidak ada peraturan mengenai seberapa banyak perusahaan melakukan tanggung jawab sosial yang disajikan kedalam laporan tahunan. Banyak hal yang dapat dilakukan dalam melakukan tanggung jawab sosial, seperti melaksanakan dari ekonomi, sosial, maupun lingkungan yang kemudian dibagi kembali dalam beberapa keterangan. Maka dari itu, perusahaan yang mengungkapkan lebih banyak memiliki ciri khas dari perusahaan yang lebih sedikit mengungkapkan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih banyak memberikan sinyal positif kepada para

investor dan jika direspon positif oleh investor, maka dapat meningkatkan nilai perusahaan yang berasal dari kenaikan harga pasar saham.

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan perlu dilaksanakan untuk memberikan informasi terkini mengenai perlakuan *stakeholder* seperti karyawan, lingkungan sekitar dan masyarakat kepada para pengguna informasi yang bertujuan untuk pengambilan suatu keputusan. Menurut Lindawati dan Puspita (2015), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai strategi perusahaan untuk memenuhi kepentingan dari para *stakeholder* akan informasi non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari adanya aktivitas perusahaan. *Stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan, jika perusahaan semakin baik dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan sektor industri dasar dan kimia. Perusahaan sektor ini menggunakan bahan produksi dan proses dari produksi berinteraksi langsung terhadap lingkungan, seperti pembuangan limbah yang berbahaya, sehingga perlunya tanggung jawab sosial untuk mendaur ulang limbah menjadi bahan yang bisa digunakan kembali atau membuang limbah menjadi limbah yang tidak berbahaya. Hal ini juga berdampak pada karyawan karena pengolahan produk pada industri dasar dan kimia menggunakan bahan-bahan yang berbahaya, seperti pada perusahaan petrokimia memproduksi bijih plastik *polypropylene*, perlunya penerapan keamanan, kesehatan, dan keselamatan untuk mencegah karyawan dari peristiwa yang tidak diinginkan.

Tanggung jawab sosial diungkapkan berdasarkan beberapa pedoman, salah satunya adalah dengan menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) berdasarkan kategori ekonomi, lingkungan dan sosial dengan kategori sosial terdiri dari praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab atas produk. *Global Reporting Initiative* dikatakan lebih unggul dibandingkan pedoman tanggung jawab sosial yang lain karena keterangan pengungkapannya lebih terperinci sehingga dapat mengukur aspek ekonomi, sosial dan lingkungan secara mengkhusus.

Hasil penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan beragam. Hasil penelitian Moeljadi (2014) dan Putu, dkk (2014) menunjukkan terdapat pengaruh positif pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan direspon baik oleh investor sehingga investor tertarik untuk menanamkan sahamnya dan berpengaruh pada nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian Hirigoyen dan Poulain-Rehm (2015) menunjukkan terdapat hubungan negatif antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan yang diukur dengan *market to book value*. Sedangkan, hasil penelitian Haryono dan Iskandar (2015) dan Qomariah (2015) menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak terdapat pengaruh pada nilai perusahaan.

Teori sinyal menyatakan bahwa informasi yang baik dimiliki perusahaan juga dikatakan sebagai promosi atau informasi lain yang dimiliki perusahaan (Sari dan Zuhrohtun, 2006 dalam Mustafa dan Handayani, 2014). Informasi yang dinyatakan sebagai suatu keunggulan adalah perusahaan lain yang tidak menyajikan informasi yang sudah dimiliki oleh perusahaan tersebut. Informasi

kinerja yang dicapai oleh perusahaan sangat penting dilihat oleh investor sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan investasinya. Cara untuk mengetahui informasi kinerja perusahaan adalah dengan menggunakan rasio keuangan. Profitabilitas merupakan salah satu dari beberapa rasio keuangan yang digunakan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan dan memberikan informasi kinerja yang dicapai oleh perusahaan (Wiagustini, 2014:84).

Profitabilitas dikatakan penting karena memberikan penilaian seberapa baik kinerja manajemen perusahaan dalam mengolah modal investor di perusahaan tersebut. Menurut Munawaroh dan Priyadi (2014), profitabilitas juga diketahui sebagai alat pengukuran seberapa efektif perusahaan menghasilkan *return* bagi para investor berdasarkan modal yang ditanamkan dan dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi presentase profitabilitas, maka perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi kepada pemegang saham. Perusahaan yang sudah efektif dalam memperoleh laba berdasarkan modal perusahaan, perusahaan memiliki prospek yang bagus untuk periode berikutnya sehingga perusahaan mampu memberikan sinyal terhadap investor (Rasyid, 2015). Apabila informasi profitabilitas memiliki pengaruh yang penting terhadap investor, maka mempengaruhi nilai perusahaan yaitu dengan meningkatkan harga pasar saham.

Menurut Siregar dan Bachtiar (2010), profitabilitas merupakan salah satu faktor yang membuat manajemen bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial. Peningkatan profitabilitas menandakan perusahaan lebih mampu untuk menghasilkan laba dengan menggunakan aset atau modal, sehingga

laba tersebut mampu dipergunakan untuk tanggung jawab sosial sebagai alokasi biaya tanggung jawab sosial (Warno, 2011). Kemampuan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial senantiasa membuat perusahaan lebih banyak dalam penyajian tanggung jawab sosial kedalam laporan tahunan. Hal tersebut memberikan informasi bahwa dengan peningkatan profitabilitas, maka perusahaan semakin banyak untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial sehingga dengan adanya peningkatan profitabilitas, maka memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang beragam terdapat pada penelitian profitabilitas sebagai pemoderasi hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Putra dan Wirakusuma (2015) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan dengan menggunakan *return on aset* pada profitabilitas dan nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. Namun, penelitian Handriyani dan Andayani (2015) menyatakan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan sudah banyak diteliti, namun hasil penelitian yang dilakukan masih tidak konsisten. Hal ini membuat penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas perlu diteliti kembali dengan profitabilitas sebagai variabel yang memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan pada nilai perusahaan di perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2013 hingga 2015.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini, yakni: 1) Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif pada nilai perusahaan? 2) Apakah profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah: 1) Memberikan bukti empiris hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan; 2) Memberikan bukti empiris kemampuan profitabilitas dalam memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan kontribusi bagi banyak pihak yang akan diuraikan sebagai berikut: 1) Kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai teori sinyal, teori *stakeholder* dan profitabilitas dalam memoderasi hubungan antara tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan; 2) Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian terbaru bagi perusahaan dan investor yang memerlukan informasi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan manajemen dan investasi.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk mencapai keserasian dengan nilai yang terdapat pada masyarakat umum atau *stakeholder* perusahaan (Dowling dan Pfeffer, 1975). Tanggung jawab sosial menjadi strategi dalam memenuhi kepentingan para *stakeholder* dalam informasi non keuangan perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari

adanya aktivitas perusahaan (Lindawati dan Puspita, 2015). *Stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya apabila perusahaan semakin baik dalam melaksanakan tanggung jawab sosial (Lindawati dan Puspita, 2015).

Reaksi investor berdasarkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berbeda-beda dan dapat terlihat dari pergerakan harga pasar saham perusahaan. Apabila pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menyebabkan peningkatan harga pasar saham perusahaan, maka hal tersebut akan mempengaruhi nilai perusahaan (William, 2012). Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial maka terjadi peningkatan pada nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Putu, dkk (2014) dan Moeljadi (2014) yang menyatakan terdapat hubungan positif tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang diajukan ialah:

H₁: Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Profitabilitas dinyatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran dari efektifitas pengelolaan manajemen perusahaan (Wiagustini, 2014:86). Terjadi peningkatan presentase profitabilitas menandakan semakin efektif perusahaan dalam memperoleh laba perusahaan, sehingga perusahaan mampu dalam mengelola pendapatan maupun biaya perusahaan berdasarkan sumber dana yang ada.

Peningkatan profitabilitas memberikan dampak yang baik bagi perusahaan, yang dapat diketahui perusahaan sudah efektif dalam memperoleh laba berdasarkan modal perusahaan, sehingga perusahaan memiliki prospek yang bagus dan memberikan sinyal terhadap investor (Rasyid, 2015). Apabila informasi profitabilitas memiliki pengaruh yang penting terhadap investor, maka mempengaruhi nilai perusahaan yaitu dengan meningkatkan harga pasar saham.

Perusahaan lebih meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial apabila terjadi peningkatan profitabilitas (Nawaiseh, 2015). Adanya peningkatan profitabilitas membuat perusahaan lebih mampu untuk menghasilkan laba dengan menggunakan aset atau modal, sehingga laba tersebut mampu dipergunakan untuk tanggung jawab sosial sebagai alokasi biaya tanggung jawab sosial (Warno, 2011). Kemampuan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial senantiasa membuat perusahaan lebih banyak dalam penyajian tanggung jawab sosial di laporan tahunan.

Hal tersebut memberikan informasi peningkatan profitabilitas dapat memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian Putra dan Wirakusuma (2015) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa:

H₂: Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013 sampai 2015. Data didapatkan dengan mengakses www.idx.co.id serta website perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013 sampai 2015. Obyek penelitian ini ialah nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial serta profitabilitas pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2013 hingga 2015.

Variabel terikat dalam penelitian ini ialah nilai perusahaan (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini ialah pengungkapan tanggung jawab sosial (X_1). Variabel moderasi dalam penelitian ini ialah profitabilitas (X_2). Nilai perusahaan diukur dengan rasio pasar yaitu *Price Book Value* (PBV). Rasio PBV dapat diukur dengan rumus (Brigham dan Houston, 2010:151) yakni harga pasar per saham dibagi nilai buku per saham. Harga pasar per saham yang digunakan adalah harga penutupan harian yang dirata-ratakan per tahun. Nilai buku per saham berasal dari akhir tahun yang didapatkan dengan menggunakan rumus (Brigham dan Houston, 2010:151) jumlah ekuitas dibagi jumlah saham yang beredar. Profitabilitas dapat diukur dengan *Return On Equity* (ROE) merupakan kemampuan untuk memperoleh laba dengan memanfaatkan modal saham yang dimiliki perusahaan (Suffah dan Riduwan, 2016). Rumus yang digunakan dalam rasio ROE adalah (Brigham dan Houston, 2010:149) laba bersih dibagi jumlah ekuitas. Tanggung jawab sosial diungkap dari berbagai aspek, seperti aspek

ekonomi, aspek lingkungan, aspek sosial atau ketenagakerjaan, aspek hak asasi manusia, aspek masyarakat, dan aspek tanggung jawab atas produk (Lampiran 1). Pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan menggunakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (indeks CSRD). Penghitungan indeks CSRD dilakukan sebagai berikut (Haniffa dan Cooke, 2005 dalam Bidhari, dkk, 2013):

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

- CSRDI_j= Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan j, $0 \leq CSRDI_j \leq 1$.
- $\sum x_{ij}$ = Jumlah dari variabel dummy yang diungkapkan pada perusahaan j, 1 jika i diungkapkan, 0 jika i tidak diungkapkan.
- n_j = Jumlah pengukuran pengungkapan pada perusahaan j, $n_j \leq 91$ (Global Reporting Initiative, 2013).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, ialah 1) Data kuantitatif, yakni harga penutupan saham pada akhir tahun, jumlah ekuitas, jumlah saham yang beredar, jumlah pengungkapan tanggung jawab sosial, dan laba bersih pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015; 2) Data kualitatif yakni daftar perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia di BEI periode 2013-2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan yang telah diaudit pada perusahaan industri dasar dan kimia di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015 melalui www.idx.co.id, serta laporan keberlanjutan melalui website perusahaan industri dasar dan kimia di BEI periode 2013-2015.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015. Jumlah populasi

pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2015 sebanyak 60 perusahaan.

Sampel yang digunakan yaitu berasal dari laporan keuangan, laporan tahunan atau laporan keberlanjutan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2013-2015. Pengambilan sampel yang digunakan *nonprobability sample* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yakni 1) Perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI selama tahun 2013 hingga tahun 2015; 2) Perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang telah diaudit selama tahun pengamatan dari tahun 2013 hingga tahun 2015.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi non partisipan yaitu peneliti melaksanakan pengumpulan data dengan cara mengamati, mencatat, menganalisis serta membuat kesimpulan dari laporan keuangan, tahunan dan keberlanjutan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015. Teknik analisis data yang dilaksanakan, yakni uji asumsi klasik, uji *Moderated Regression Analysis* (MRA), dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2013-2015. Perusahaan sektor industri dasar dan kimia merupakan bagian dari perusahaan manufaktur yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi menjadi barang jadi. Perusahaan

sektor industri dasar dan kimia terdiri dari perusahaan yang mengolah menjadi semen (1), keramik, kaca, dan porselin (2), metal dan yang berkaitan (3), senyawa kimia (4), plastik dan kemasan (5), makanan hewan (6), kayu (7), serta pulp dan kertas (8). Perusahaan yang dipilih sebagai sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu perusahaan yang diseleksi kembali sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil analisis sampel dengan menggunakan *purposive sampling* disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Proses Seleksi Sampel dengan *Purposive Sampling*

No.	Kriteria	Akumulasi
1	Perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.	60
2	Perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang telah diaudit selama tahun pengamatan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.	(3)
	Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel	57
	Jumlah observasi selama tahun 2013-2015 (57 x 3 tahun)	171

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Berdasarkan hasil dari proses seleksi sampel yang dapat dilihat pada Tabel 4.1, diperoleh perusahaan sebagai sampel penelitian pada tahun 2013-2015 adalah sebanyak 57 perusahaan industri dasar dan kimia, sehingga jumlah observasi dalam penelitian selama tahun 2013-2015 adalah 171 observasi.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas pada 171 observasi dengan menggunakan uji *Sample Kolmogorov-Smirnov*, yaitu jika koefisien *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data populasi memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardized Residual</i>	
N	171
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,058

Sumber: Hasil Output SPSS, 2017

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki data yang berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* yaitu 0,058 yang lebih besar dari 0,05.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan periode t dengan kesalahan periode t-1. Hasil uji autokorelasi ditunjukkan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,831

Sumber: Hasil Output SPSS, 2017

Jumlah observasian pada penelitian ini yaitu 171 dan jumlah variabel bebas pada penelitian ini sebanyak 2 variabel, sehingga berdasarkan tabel *Durbin-Watson* diperoleh nilai $dL=1,7262$ dan $dU = 1,7735$. Berdasarkan hasil spss diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,831 (Lampiran 6). Nilai Durbin-Watson sebesar 1,831 yang berada diantara $dU = 1,7735$ dan $4 - dU = 2,2265$, yaitu $1,7735 < 1,831 < 2,2265$ yang merupakan daerah bebas autokorelasi. Nilai Durbin-Watson pada penelitian ini menunjukkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala autokorelasi sehingga lolos uji autokorelasi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tabel 4 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Hasil
X1 (Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial)	0,248	0,248 > 0,05 (Homoskedastisitas)
X2 (Profitabilitas)	0,326	0,326 > 0,05 (Homoskedastisitas)
X1X2 (Interaksi)	0,900	0,900 > 0,05 (Homoskedastisitas)

Sumber: Hasil Output SPSS, 2017

Berdasarkan Tabel 4, ditunjukkan bahwa masing-masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dipastikan bahwa model penelitian ini lolos uji heteroskedastisitas.

Uji interaksi atau MRA dilakukan untuk mengetahui apakah variabel profitabilitas dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5.
Hasil Moderated Regression Analysis

Model	Unstandardized Coefficients		Sig
	B	Std. Error	
(Constant)	0,483	0,173	0,006
X1 (Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial)	3,437	1,316	0,010
X2 (Profitabilitas)	2,469	1,149	0,033
X1X2 (Interaksi)	2,606	6,640	0,695
Adjusted R _{square}	: 0,303		
F _{hitung}	: 25,627		
Sig. F _{hitung}	: 0,000		

Sumber: Hasil Output SPSS, 2017

Persamaan regresi yang dihasilkan melalui *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah:

$$Y = 0,483 + 3,437 X_1 + 2,469 X_2 + 2,606 X_1X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai konstanta (α) sebesar 0,483. Ini menunjukkan bahwa jika variabel lain konstan, maka nilai perusahaan (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,483. Nilai koefisien regresi (β_1) dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (X_1) sebesar 3,437. Ini menunjukkan bahwa jika pengungkapan tanggung jawab sosial mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka peningkatan nilai perusahaan sebesar 3,437 dengan asumsi variabel lain konstan.

Nilai koefisien regresi (β_2) dari profitabilitas (X_2) sebesar 2,469. Ini menunjukkan bahwa jika profitabilitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 2,469 dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien regresi interaksi (β_3) dari pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas (X_1X_2) sebesar 2,606. Ini menunjukkan bahwa setiap interaksi pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 2,606 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji F dilakukan untuk mengetahui kelayakan model yang digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Apabila nilai probabilitas (*sig*) lebih kecil dari 0,05, maka model dalam penelitian ini dikatakan layak. Hasil pengujian statistik F dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat nilai F hitung sebesar 25,627 dengan tingkat signifikansi 0,000. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan dan interaksi pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas secara signifikan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dikatakan layak untuk diteliti dan dapat dilanjutkan dengan pembuktian hipotesis.

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang digunakan dalam perhitungan statistik adalah *adjusted R²*. *Adjusted R²* digunakan karena menjadi salah satu indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan satu variabel independen ke dalam satu persamaan regresi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,303 yang berarti 30,3% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas, sedangkan 69,7% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Uji t bertujuan mengetahui hasil masing-masing variabel bebas dan variabel moderasi pada variabel terikat. Uji statistik t dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikansi dengan tingkat kesalahan yaitu $\alpha = 5\%$. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 5. Interpretasi hasil uji t variabel bebas dan variabel moderasi pada variabel terikat dapat diuraikan sebagai berikut: Hipotesis pertama menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 5, hasil uji statistik t menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki signifikansi sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05, maka H_1 diterima. Hasil pengujian

tersebut menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel profitabilitas memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan (Y). Hasil yang diperoleh dari nilai signifikansi uji-t pada Tabel 5, hasil uji statistik t menunjukkan nilai interaksi sebesar 0,695 lebih besar dari signifikansi 0,05, H_0 diterima. Hasil pengujian tersebut menyatakan profitabilitas tidak mampu mempengaruhi hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 3,437 dengan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$, maka H_1 diterima yang menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara positif pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel lain konstan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putu, dkk (2014) dan Moeljadi (2014) yang menyatakan terdapat hubungan positif tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Permasalahan mengenai lingkungan hidup dan sosial, peraturan mengenai lingkungan hidup dan sosial, serta organisasi lingkungan hidup membuat masyarakat semakin peduli dengan lingkungan hidup dan sosial. Perusahaan sebagai bagian dalam masyarakat wajib menaati dan bertindak sesuai dengan norma yang berlaku didalam masyarakat agar perusahaan dikatakan sebagai

perusahaan yang sah atau *legitimate*. Perusahaan agar sah diterima oleh masyarakat dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang sudah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29/POJK.04/2016.

Perusahaan yang memiliki prospek yang lebih baik cenderung memberikan informasi kepada para investor sehingga investor tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan (Ross, 1977). Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang memberikan informasi dengan lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial yang dilaporkan ke dalam laporan tahunan, maka investor akan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai sinyal positif yang menyebabkan investor menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut sehingga berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham.

Keberlangsungan suatu perusahaan tidak terlepas dari adanya peranan *stakeholder* baik dari internal maupun eksternal dengan berbagai latar belakang kepentingan yang berbeda dari setiap *stakeholder* yang ada (Lindawati dan Puspita, 2015). Beberapa investor menganggap informasi tanggung jawab sosial perusahaan menjadi berharga bagi perusahaan karena perusahaan peduli terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan serta mengedepankan keberlanjutan usaha dengan memerdulikan *stakeholder*, sehingga perusahaan memiliki prospek untuk kedepannya (William, 2012).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien interaksi pengungkapan tanggung jawab sosial dan profitabilitas sebesar 2,606 dengan nilai

signifikansi $0,695 > 0,05$, maka H_2 ditolak yang menjelaskan bahwa profitabilitas tidak dapat memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Handriyani dan Andayani (2015) menyatakan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Nilai rata-rata profitabilitas adalah 0,0442953 atau 0,442953% yang memiliki arti perusahaan berkemampuan untuk menghasilkan laba sebesar Rp. 442.953.000 dengan modal sebesar Rp. 1.000.000.000,00. Nilai rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial adalah 0,1375532 atau 13,75532% yang memiliki arti rata-rata perusahaan industri dasar dan kimia hanya mampu mengungkapkan sebanyak 12 dari 91 item tanggung jawab sosial berdasarkan *Global Reporting Initiative Generation 4*.

Hasil data tersebut menunjukkan rata-rata perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan golongan perusahaan ekonomis, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang cukup tinggi, namun anggaran untuk tanggung jawab sosial relatif rendah (Kusumadilaga, 2010). Banyak faktor yang menyebabkan perusahaan kurang mampu untuk lebih banyak menyisihkan anggaran untuk melakukan tanggung jawab sosial, salah satunya perusahaan lebih cenderung menyisihkan labanya untuk pembayaran dividen atau diakumulasikan untuk periode berikutnya. Meskipun terjadi peningkatan profitabilitas, hal ini tidak menyebabkan perusahaan lebih banyak melakukan tanggung jawab sosial yang berpengaruh pada nilai perusahaan.

Teori legitimasi menyatakan perusahaan mencapaikesesuaian antara perilaku perusahaandengan norma yang berlaku di masyarakat umum (Dowling dan Pfeffer, 1975). Sehingga, perusahaan terbuka di Indonesia melaksanakan pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan yang sudah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29/POJK.04/2016. Peningkatan maupun penurunan profitabilitas yang terjadi pada perusahaan, tentunya perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Putra dan Wirakusuma (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memperkuat hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang diperoleh melalui pengujian statistik serta pembahasan seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya memberikan simpulkan sebagai berikut: 1) Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2015. Hal tersebut menjelaskan jika terjadi peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka akan meningkatkan nilai perusahaan; 2) Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2015. Hal tersebut menjelaskan jika terjadi perubahan

profitabilitas, maka hal ini tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan simpulan pada penelitian ini adalah: 1) Perusahaan khususnya perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diharapkan lebih meningkatkan pelaksanaan tanggung jawab sosial, terutama perusahaan yang diketahui masih sedikit mengungkapkan tanggung jawab sosial, karena berdasarkan data nilai rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hanya 0,137567 atau perusahaan hanya mampu mengungkapkan 13 dari 91 item pengungkapan berdasarkan *Global Reporting Initiatives Generation 4*. Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya diketahui sudah menjalankan legitimasi berdasarkan undang-undang yang berlaku, sehingga memberikan sinyal positif terhadap investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan; 2) Investor yang ingin berinvestasi pada perusahaan agar mempertimbangkan perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial karena perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial memperhatikan *stakeholder*, sehingga *stakeholder* memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba yang diharapkan yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham akan menambah *capital gain* dari investor, sehingga harga jual melebihi harga beli saham yang telah dibeli sebelumnya.

REFERENSI

- Bidhari, S. C., Ubud Salim dan Siti Aisjah. 2013. Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry Listed at Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Business and Management*, 5 (18).
- Bulan, A.A.Ayu Trisna dan Ida Bagus Putra Astika. 2014. Moderasi Corporate Social Responsibility terhadap Pengaruh Kinerja Keuangan pada Nilai Perusahaan. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 8 (2), h:136-151.
- Bursa Efek Indonesia. 2011. IDX Yearly Statistic 2011. <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/publikasi/statistik.aspx>. Diunduh tanggal 2 Desember 2016.
- Crisóstomo, V. L., dan Fátima de Souza Freire. 2015. The Influence of Ownership Concentration on Firm Resource Allocations to Employee Relations, External Social Actions, and Environmental Action. *Review of Business Management*, 17 (55), h:987-1006.
- Dowling, J., dan Pfeffer, J. 1975. Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour. *Pacific Sociological Journal Review*, 18 (1), h:122-136.
- Filho, J. M. S., L. S. O. Wanderley, C. P. Gómez dan F. Farache. 2010. Strategic Corporate Social Responsibility Management for Competitive Advantage. *Brazilian Administration Review*, 7 (3).
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handriyani, Arik Novia dan Andayani. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2 (5), h:1-15.
- Haryono, Untung dan Rusdiah Iskandar. 2015. Corporate Social Performance and Firm Value. *International Journal of Business and Management Invention*, 4 (11), h:69-75.
- Hirigoyen, Gérard dan Thierry Poulain-Rehm. 2015. Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What is the Causality? *Journal of Business & Management*, 4 (1), h:18-43.
- Lestari, Siti Ayu dan Mursalim Armayah. 2016. Profitability and Company Value: Empirical Study of Manufacture Companies in Indonesia Period 2009 – 2014. *Information Management and Business Review*, 8 (3), h:6-10.

- Lindawati, Ang Swat Lin dan Marsella Eka Puspita. 2015. Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6 (1), h:157-174.
- Mathews, M.R. 1995. Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern. *Journal of Business Ethics*, 14 (8), h: 663-671.
- McWilliams, A. dan Siegel, D. 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review*, 26 (1), h: 117-127.
- Moeljadi. 2014. Factors Affecting Firm Value: Theoretical Study on Public Manufacturing Firms in Indonesia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 5 (2).
- Munawaroh, Aisyatul dan Maswar Patuh Priyadi. 2014. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3 (4).
- Mustafa, Cut Cinthya dan Nur Handayani. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3 (6).
- Nawaiseh, Mohammad Ebrahim. 2015. Do Firm Size and Financial Performance Affect Corporate Social Responsibility Disclosure: Employees and Environmental Dimensions? *American Journal of Applied Sciences*, 12 (12), h:967-981.
- Permatasari, Luh Wulan dan Gayatri. 2016. Profitabilitas sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14 (3), h:2307-2335.
- Prapaska, Johan Ruth dan Siti Mutmainah. 2012. Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2009-2010. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1 (1), h:1-12.
- Putra, I G A N Bayu Darma dan Made Gede Wirakusuma. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13 (2), h: 461-475.
- Putu, Ni Nyoman G Martini, Moeljadi, Djumahir, dan Atim Djazuli. 2014. Factors Affecting Firms Value of Indonesia Public Manufacturing Firms. *International Journal of Business and Management Invention*, 3 (2), h:35-44.

- Qomariah, Nurul. 2015. The Effect of Corporate Social Responsibility, Size and Profitability toward on The Value of Corporate (Studies in Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange). *IOSR Journal of Business and Management*, 17 (2), h:25-30.
- Rasyid, Abdul. 2015. Effects of Ownership Structure, Capital Structure, Profitability and Company's Growth towards Firm Value. *International Journal of Business and Management Invention*, 4 (4), h:25-31.
- Retno, R. D. dan Denies Priantinah. 2012. Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*, 1 (1).
- Ross, S. 1977. The Determination of Financial Structure: the Incentive Signaling Approach. *Bell Journal Of Economics*, 8 (1), h: 23-40.
- Siregar, Sylvia Veronica dan Yanivi Bachtiar. 2010. Corporate Social Reporting: Empirical Evidence from Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3 (3), h:241-252.
- Suffah dan Riduwan, Roviqotus dan Akhmad Riduwan. 2016 Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5 (2).
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9 (1), h: 41-48.
- Warno. 2011. Penyajian Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Keuangan. *Jurnal STIE Semarang*, 3 (1), h:74-86.
- Wardjono, 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Price to Book Value dan Implikasinya pada *Return Saham*. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 2 (1), h:83-96.
- William. 2012. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Pedoman Global Reporting Initiative terhadap Nilai Perusahaan. Tesis Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.