

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

(Studi Empiris pada Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)

THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE VALUE OF CORPORATE WITH PROFITABILITY AS MODERATING VARIABLES

(Study on the Telecommunications Sector Sub Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2010-2014)

¹Ghifari Luthfan Pratama, ²Dini Wahjoe Hapsari, SE., M.Si., Ak, ³Muhammad Muslih, SE., MM

^{1,2,3}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

e-mail: ¹ghifari.luthfan14@gmail.com, ²dinihapsari@telkomuniversity.ac.id,

³muhammadmuslih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan *corporate social responsibility* berkaitan erat dengan keberlangsungan perusahaan. CSR dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, serta sebagai media pemasaran. Untuk mencapai hal tersebut maka setiap kegiatan CSR perlu diungkapkan kepada pemegang saham.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan berkelanjutan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan teknik purposive sampling didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 6 perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia sub sektor Telekomunikasi tahun 2010-2014.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software Eviews 8.0, secara simultan variabel independen yang terbagi atas pengungkapan CSR, profitabilitas, dan interaksi CSR dengan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, didapatkan hasil yang menunjukkan variabel pengungkapan CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, kemudian variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas tidak berpengaruh atau tidak memoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan akan berpengaruh pada semakin tingginya beban CSR perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan, kemudian akan menurunkan minat investor untuk membeli saham perusahaan sehingga akan mengakibatkan pada turunnya nilai perusahaan. Kemudian naiknya profitabilitas perusahaan akan ikut menaikkan nilai perusahaan karena akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan. Sedangkan interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas tidak dapat memoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain, naiknya profitabilitas perusahaan tidak akan memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, dan sebaliknya menurunnya profitabilitas perusahaan juga tidak akan memperlemah hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: Pengungkapan CSR; Profitabilitas; Nilai Perusahaan.

Abstract

Implementation of *corporate social responsibility* is closely related to the sustainability of the company. CSR can be utilized to maximize shareholder value, strategy to achieve competitive advantage in the long term, as well as a marketing medium. To achieve this, then any CSR activity should be disclosed to shareholders. This study aimed to get empirical evidence about the influence of corporate social responsibility disclosure of the value of the company to profitability as moderating variables. This study aimed to get empirical evidence about the influence of corporate social responsibility disclosure of the value of the company to profitability as moderating variables.

The data collection is done by documentation of data which is based on financial statements, annual report and sustainability report published by the Indonesia Stock Exchange. Based on the collection of samples using purposive sampling techniques found the number of samples of this study were 6 companies listed in Indonesia Stock Exchange Telecommunications sub-sector in 2010-2014.

Based on test results using software Eviews 8.0, simultaneously independent variables divided into CSR, profitability and CSR interaction with profitability significantly influence the value of the company. Based on the partial test results, obtained results that indicate the variables CSR negative effect on the value of the company, then the variable profitability has a significant positive effect on the value of the company, while the interaction

between the disclosure of CSR and profitability does not affect or does not moderate the relationship between CSR with the value of the company.

Based on the research results, the rise of CSR disclosure will affect the value of the company because the higher the disclosure of CSR will affect the higher burden of CSR that will lower corporate profits, then will lower interest of investors to buy shares of companies that will result in a decrease in the value of the company. Then rising profitability of the company will likely raise the value of the company because it will attract investors to buy its shares. While the interaction between CSR disclosure to profitability can not moderate the relationship between CSR disclosure by the company's value. In other words, the increase in the profitability of the company will not strengthen the relationship between CSR with corporate values, and vice versa declining profitability of the company will not weaken the relationship between CSR value of the firm.

Keywords: CSR Disclosure; Profitability; Company Value.

1. Pendahuluan

Tujuan utama dari perusahaan tidak hanya untuk memenuhi keinginan shareholders tetapi juga stakeholders, baik yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Maka dari itu, perusahaan haruslah dapat menjaga keharmonisan pihak-pihak yang terkait serta tetap menjaga market value dari perusahaan. Tidak hanya itu, perusahaan ideal yang diminati oleh investor tidak hanya dilihat pada fundamental saja, melainkan juga melihat pada corporate social responsibility perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan (Astiari et al, 2014).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Pelaksanaan program CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan investasi yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan sudah diwajibkan oleh hukum. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR.

Teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara pengungkapan *social responsibility* dengan nilai perusahaan masih mengandung arti yang berlawanan. *Stakeholders theory* menurut Freeman & Velamuri dalam Edmawati (2012), berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab kepada para stakeholders. Dengan melakukan pengungkapan CSR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Sedangkan teori neoklasik menurut Friedman dalam Filemon dan Krisnawati (2014), menyatakan bahwa setiap kegiatan perlindungan lingkungan mengurangi keberhasilan ekonomi karena perusahaan akan mengeluarkan biaya untuk upaya perlindungan lingkungan, apabila perusahaan memfokuskan tanggung jawab sosial ketimbang memaksimalkan keuntungan, maka hal tersebut justru mengakibatkan berkurangnya efisiensi perusahaan dan perusahaan justru akan gagal dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya, baik aset perusahaan maupun modal yang diperoleh dari pemegang saham.

Pencatatan *Corporate Social Responsibility* sebagai beban, akan berdampak pada berkurangnya profitabilitas perusahaan. Sehingga hal tersebut menunjukkan adanya sebuah kecenderungan atau indikasi hubungan antara profitabilitas sebagai pemoderasi antara CSR dengan nilai perusahaan. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga dalam Edmawati, 2012). Dapat disimpulkan apabila profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan maka hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan akan semakin baik karena dengan naiknya profitabilitas akan berdampak pada semakin baiknya CSR yang dilakukan perusahaan, semakin baik CSR yang dilakukan maka akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang terkait dengan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan antara lain penelitian Astiari et al (2014), Rosiana et al (2013), dan Edmawati (2012) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi memiliki hasil yang berbeda-beda dalam ketiga penelitian tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi secara parsial dan simultan. Populasi yang digunakan sebagai bahan penelitian ini adalah semua perusahaan sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 sampai 2014 dengan jumlah sampel sebanyak 6 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

2. Tinjauan Pustaka Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan

menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. (Untung, 2008:1).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan (Mathews dalam Rosiana 2013:727).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Filemon dan Krisnawati (2014) dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) berdasarkan indikator GRI G4 (*global reporting initiatives*) dengan rumus:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan normatif perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Sudana dalam Prasetyorini, 2013:185). Nilai perusahaan menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Nilai perusahaan atau yang dalam penelitian ini diprosikan dengan nilai pasar merupakan variabel dependen dimana pengukuran variabel ini menggunakan rumus Tobin's Q. Pengukuran rasio Tobin's Q sebagai indikator nilai perusahaan akan lebih memiliki arti jika dilihat nilai rasio setiap tahun. Adanya perbandingan akan diketahui peningkatan kinerja keuangan perusahaan tiap tahun, sehingga harapan investor terhadap pertumbuhan investasinya menjadi lebih tinggi (Prasetyorini 2013:186). . Penghitungan Tobin's Q menggunakan rumus :

$$Q = (EMV + Debt) / TA$$

Dimana :

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (closing price x jumlah saham yang beredar)

Debt = Nilai total kewajiban perusahaan

TA = Total aktiva perusahaan.

Analisis Tobin's Q < 1 maka menunjukkan bahwa nilai buku asset perusahaan lebih besar dari nilai pasar perusahaan, sehingga perusahaan akan menjadi sasaran akuisisi yang menarik baik untuk digabungkan dengan perusahaan lain ataupun untuk dilikuidasi karena nilai saham tersebut dihargai rendah (undervalued). Logikanya pembeli perusahaan memperoleh aset dengan harga yang lebih murah dibanding jika aset tersebut dijual kembali. Sebaliknya bila nilai Tobin's Q > 1 menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dibandingkan nilai buku asetnya, sehingga mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi sehingga nilai perusahaan lebih dari sekedar nilai asetnya (overvalued).

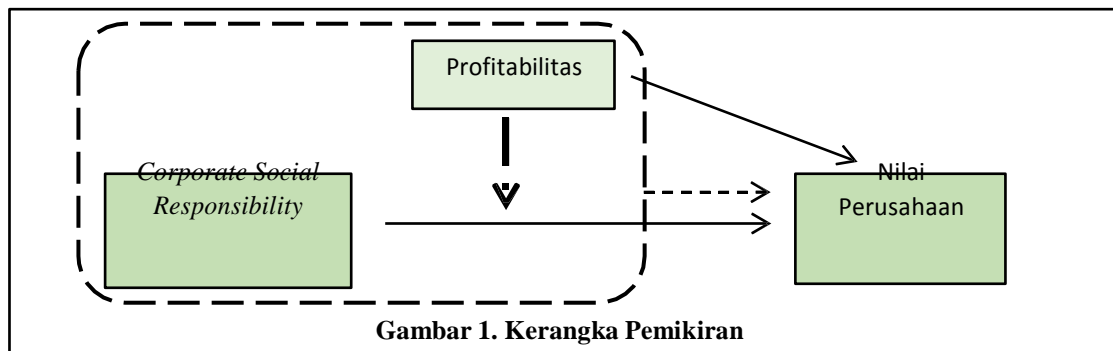
Profitabilitas

Analisis mengenai profitabilitas sangat penting bagi kreditor dan investor ekuitas. Bagi kreditor, laba merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Sedangkan bagi investor ekuitas, laba merupakan salah satu faktor penentu perubahan nilai efek.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk menghitung tingkat profitabilitas adalah rasio diprosikan dengan Return on Asset (ROA) yang merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan dalam periode akuntansi. Penghitungan ROA menurut Hery (2015,227) menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{EBT}{TA}$$

ROA dipilih karena merupakan alat yang dapat menggambarkan kemampuan profitabilitas yang dihasilkan perusahaan dari asset yang telah dipergunakan. Selain itu, ROA juga bisa menggambarkan prospek keberlangsungan perusahaan dimasa depan.



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3. Interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas memoderasi hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga diperoleh 30 data observasi yang terdiri dari 6 perusahaan selama 5 tahun.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, model regresi data panel, dan *moderate regression analysis* sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * X_2 + \varepsilon$$

4. Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil statistik deskriptif setiap variabel operasional:.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	NP	CSR	ROA
Mean	2.07534092	0.26117216	(0.01734383)
Minimum	0.59270056	0.10989011	(0.37837225)
Maksimum	9.35352224	0.63736264	0.16487532
Std Deviasi	1.873105314	0.159446681	0.161105368

Sumber: Data yang diolah (2016)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa variabel nilai perusahaan dan CSR memiliki nilai mean yang lebih besar dari standar deviasi sehingga dapat diartikan bahwa data variabel operasional tersebut berkelompok atau relatif homogen. Sementara itu variabel ROA memiliki nilai mean yang lebih rendah dari standar deviasi yang dapat diartikan bahwa data variabel operasional tersebut bervariasi.

Setelah melakukan analisis statistik deskriptif, langkah selanjutnya adalah melakukan uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier. Berdasarkan hasil uji terakhir yaitu Lagrange Multiplier menunjukkan bahwa nilai cross-section Breusch-Pagan sebesar 0,4481 atau lebih besar dari taraf signifikansi 5%. Menyatakan bahwa model *common effect* lebih baik daripada model *random effect*. Dengan begitu, berdasarkan uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi data panel yang sesuai untuk penelitian ini adalah model *common effect*.

Tabel berikut adalah hasil ringkasan dari uji *common effect* dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji *common effect*

Dependent Variable: NP Method: Panel Least Squares Date: 07/31/16 Time: 15:33 Sample: 2010 2014 Periods included: 5 Cross-sections included: 6 Total panel (balanced) observations: 30				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.592622	0.635153	5.656305	0.0000
CSR	-4.783096	2.029470	-2.356821	0.0262
ROA	10.09531	3.810550	2.649304	0.0135
MDR	-16.30604	17.64591	-0.924069	0.3639
R-squared	0.355929	Mean dependent var	2.075341	
Adjusted R-squared	0.281613	S.D. dependent var	1.873105	
S.E. of regression	1.587602	Akaike info criterion	3.885892	
Sum squared resid	65.53245	Schwarz criterion	4.072718	
Log likelihood	-54.28838	Hannan-Quinn criter.	3.945659	
F-statistic	4.789398	Durbin-Watson stat	1.409273	
Prob(F-statistic)	0.008695			

Sumber: Data diolah penulis (2016)

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Nilai adjusted R-Squared model penelitian adalah sebesar 0.281613 atau 28,16%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 28,16%, sedangkan sisanya sebesar 71,84% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Hasil Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Besar nilai prob ialah 0,008695 atau dibawah taraf signifikansi yaitu 0,05. Dengan besar signifikansi dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, yang diartikan bahwa variabel independen (CSR, profitabilitas, interaksi CSR dan profitabilitas) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Hasil Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Variabel CSR memiliki nilai probabilitas 0,0262 0107 < 0,05, maka H₀ ditolak. Hal tersebut menunjukkan variabel pengungkapan CSR secara parsial berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Selanjutnya, dapat dilihat bahwa pengungkapan CSR memiliki nilai koefisien kearah negatif yaitu -4.783096. Artinya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan mengurangi nilai perusahaan tersebut, dan sebaliknya semakin rendah tingkat pengungkapan CSR yang dimiliki perusahaan, maka akan menaikkan nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis.

Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang tinggi berarti memiliki tingkat kegiatan CSR yang tinggi, dan kegiatan CSR perusahaan yang tinggi akan berakibat pada tingginya beban yang harus dikeluarkan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR tersebut sehingga akan berdampak pada berkurangnya laba yang diperoleh perusahaan. Berkurangnya laba perusahaan akan berdampak pada turunnya nilai perusahaan, karena pada umumnya investor di Indonesia lebih cenderung untuk membeli saham perusahaan yang memiliki laba perusahaan yang tinggi dan mengandalkan capital gain atau peningkatan harga saham dalam bermain saham, dimana para investor cenderung akan membeli dan menjual saham secara harian (daily trader) tanpa memperhatikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Sedangkan CSR merupakan salah satu strategi jangka panjang yang dilakukan perusahaan untuk menjaga dan menjamin keberlangsungan perusahaan dan pengaruh dari beban yang harus dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR belum tentu dapat dirasakan dalam jangka waktu pendek.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki nilai prob. sebesar 0,0135 yang berada di bawah taraf signifikansi sebesar 0,05 dan koefisien regresi sebesar 10,09531. Dengan begitu, keputusan yang diambil adalah menolak H₁, yang berarti profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki koefisien regresi positif yang berarti semakin tinggi profitabilitas, maka akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan. Sebaliknya, semakin menurunnya tingkat profitabilitas maka akan berdampak pada turunnya nilai perusahaan.

Profitabilitas perusahaan yang tinggi mengandung arti bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi bagi pemegang saham dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki keuangan yang sehat dan baik, sehingga dapat memacu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya permintaan akan saham yang tinggi akan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan, dan akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi dalam Hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan

Penelitian ini menggunakan variabel pemoderasi untuk mengetahui pengaruh pemoderasi terhadap hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2011:223) uji interaksi dilakukan dengan cara mengalikan antara variabel independen, yang mana dalam penelitian ini yaitu variabel pengungkapan CSR dikalikan dengan variabel profitabilitas (ROA). Perkalian variabel tersebut akan menghasilkan variabel X3 yang mana dalam penelitian ini dinamakan dengan variabel MDR.

Interaksi antara pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) dengan profitabilitas memberikan memiliki nilai prob $0.3639 > 0.05$ dan nilai koefisien kearah negatif sebesar -16.30604 . Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa CSR tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya CSR juga tidak dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis regresi data panel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Pengungkapan CSR memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014.
- b. Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014.
- c. Interaksi CSR dengan ROA tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014.

Daftar Pustaka:

- [1] Adewale, Aregbeshola R dan Sarah, Radebe N. (2012). *The impact of corporate social responsibility on the profitability of listed retailers: Indication from the Johannesburg Security Exchange (JSE)*, dalam *African Journal of Business Management*, Vol. 6(4).
- [2] Agustine, Ira. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA* Vol. 2, No. 1, 42-47
- [3] Ajide, Folorunsho Monsuru dan Aderemi, Adetunji Abdulazeez. (2014). *The effects of corporate socialresponsibility activity disclosure on corporate profitability: Empirical evidence from Nigerian commercial banks*, dalam *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 2.
- [4] Astiari., Admadja., & Darmawan, Nyoman. (2014). Pengaruh Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 Volume 2 No: 1*
- [5] Dewi, Ayu. & Wirajaya, Ary. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. ISSN: 2302-8556 *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4.2 :358-372
- [6] Edmawati, Sri. (2012). Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating/ (studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 3, ISSN : 2086 – 5031.
- [7] Filemon, Christian. & Krisnawati, Astri. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Return On Assets Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol. 14. No. 3.
- [8] Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [9] Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility* edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [10] Handriyani, Arik. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 2 No. 5 [11] Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- [12] <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/04/05/171700626/Bakrie.Telecom.Makin.Terpuruk.Tahun.2014.Catat.Rugi.Rp.2.87.triliun> (28 Mei 2016)
- [13] <http://www.bareksa.com/id/text/2014/12/29/diisukan-ada-transaksi-repo-saham-inovisi-anjlok-832-sejak-awal-tahun/8880/analysis> (18 Juni 2016)
- [14] <https://www.globalreporting.org/resource/library/Bahasa-Indonesian-G4-Part-One.pdf> (20 Mei 2016). [15] <https://www.tempo.co/read/kolom/2013/06/05/735/pelaporan-keberlanjutan-dan-indonesia> (3 Juni 2016). [16] Indonesia Stock Exchange. (2016). *Profil Perusahaan Tercatat*. [online]. <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/profilperusahaantercatat.aspx>. [2 februari 2016]

- [17] Khan, Majid dan Majid, Abdul. (2013). *The Effect of Corporate Social Responsibility on Profitability and Market Share: A Case of Cement Industry of Pakistan*, dalam *Academic Journal of Management Sciences*, Vol. 2, No.1
- [18] Mardikanto, Totok. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (TanggungJawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta
- [19] Mursitama.,Hasan., & Fakhrudin, Iman. (2011). *Corporate Socia Responsibility (CSR) di Indonesia (Teori dan Implementasi)*. Jakarta: Institute For Development Of Economic And Finance.
- [20] Prasetyorini, Bhukti. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage, Price Earning Ratio* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 1 Nomor 1*
- [21] 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 (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 17, Issue 2.Ver. I (Feb. 2015), PP 25-30
- [22] Rosiana., Juliarsa., & Sari, Maria. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3 (2013):723-738
- [23] Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (Buku I). Jakarta: Salemba Empat.
- [24] Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (Buku II). Jakarta: Salemba Empat.
- [25] Servaes, Henri. & Tamayo, Ane. (2013). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness*. Vol. 59, No. 5, May 2013, pp. 1045–1061 ISSN 0025-1909 (print) — ISSN 1526-5501 (online)
- [26] Sriyana, Jaka. (2014). *Metode Regresi Data Panel*. Yogyakarta: Ekonisia.
- [27] Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [28] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- [29] Suharsaputra. Uhar (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- [30] Syukron, Ali. (2015). *Tanggung Jawab Sosial Dan Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Syariah*. *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol.5, No. 2
- [31] Untung, Hendrik Budi. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.