

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Madinatul Umro
madina.umro16@gmail.com
Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The firm value in this research is reflected by the stock price of a company. The firm value enhancement to attraction for investors to undertake investment activities of the company. This research is meant to test the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and the profitability to the firm value. The samples are 10 companies which are engaged in the field chemical sector which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2010-2014 periods. The sample collection technique has been done by using purposive sampling technique. Based on the sample collection technique, 6 companies which are fulfilled the criteria have been selected as samples. The total amount of 6 companies and 5 years of observation period are 30 observations and in order to test these observations have been done by using multiple linear regressions. Based on the result of multiple linear tests, first, hypothesis states that the Corporate Social Responsibility (CSR) has positive influence to the firm value and second, profitability does not have any influence to the firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Firm Value.*

INTISARI

Nilai perusahaan dalam penelitian ini dicerminkan oleh harga saham suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat menjadi daya tarik bagi investor untuk melakukan kegiatan investasi dengan perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak pada sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2010 sampai 2014 yang berjumlah 10 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang digunakan diperoleh sejumlah 6 perusahaan yang memenuhi kriteria. Dengan jumlah 6 perusahaan dan 5 tahun periode pengamatan maka jumlah observasi dalam penelitian ini sebanyak 30 pengamatan, untuk menguji pengamatan tersebut peneliti menggunakan uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji linier berganda hipotesis pertama menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan hipotesis kedua menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Nilai Perusahaan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dunia yang semakin maju menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Sehingga setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk dapat tumbuh menjadi perusahaan yang lebih baik. Persaingan tersebut mendorong para manajer perusahaan untuk berusaha lebih keras dalam mempertahankan posisi perusahaan dan dalam mengembangkan perusahaan. Berbagai cara dilakukan para manajer untuk menghadapi persaingan tersebut, salah satunya adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan suatu perusahaan dalam keadaan baik atau tidak tercermin dari peningkatan atau penurunan harga saham. Nilai perusahaan yang baik menggambarkan bahwa tingkat kemakmuran pemegang saham juga baik sehingga dapat menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi. Selain itu, para investor juga percaya bahwa dengan nilai perusahaan yang baik maka perusahaan memiliki

kinerja yang baik untuk prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, kemakmuran pemegang saham sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Akan tetapi, dalam perkembangan perekonomian yang sangat maju menuntut para perusahaan untuk tidak hanya mementingkan kemakmuran pemegang saham saja tetapi juga mementingkan kinerja dan dukungan dari para *stakeholder*. Karena tanpa kinerja dan dukungan para *stakeholder* yang baik maka nilai perusahaan tidak akan bisa tercapai dengan baik. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperhatikan para *stakeholder* yaitu dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kita dapat melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan maupun terhadap para *stakeholder*. Sehingga penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memberikan dampak positif bagi perusahaan maupun para *stakeholder*.

Tingkat profitabilitas yang tinggi menyebabkan harga saham akan meningkat. Dengan harga saham yang meningkat mencerminkan bahwa nilai perusahaan dalam keadaan baik. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan semakin baik nilai perusahaan dan sebaliknya, semakin baik perusahaan membayar return terhadap pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan seperti yang dijelaskan oleh Brigham dan Houston (2004:110) menyatakan bahwa para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka. Tingkat pengembalian tersebut dapat diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). Semakin tinggi tingkat ROE menyebabkan harga saham akan semakin tinggi dan nilai perusahaan juga akan baik.

Menurut Mahendra (dalam Kurnia, 2015) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak, sehingga dengan profitabilitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaannya yang tercermin pada harga sahamnya.

Kondisi suatu perusahaan dapat dilihat dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu banyak peneliti yang melakukan penelitian tentang nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan Retno dan Priantinah (2012) yang menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR tidak berpengaruh dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan dengan variabel kontrol Ukuran Perusahaan, Jenis industri, Profitabilitas, dan Leverage pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Hal ini dikarenakan kualitas Pengungkapan CSR dari tahun 2007-2010 masih rendah dan belum mengikuti standar GRI. Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Agustine (2014) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh secara terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015), Permasari (2010), Rustiarini (2010), Nurlela dan Islahudin (2008) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah positif yaitu semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) maka akan direspon positif oleh investor sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut yang menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Fandini (2013) dan Hermuningsih (2013) juga melakukan penelitian tentang nilai perusahaan tetapi dengan variabel independen yang berbeda, yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kurnia (2015), Pangulu (2014), dan Hemastuti (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dikaitkan dengan kemampuan perusahaan tersebut dalam menggunakan modal yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba secara efisien, yang nantinya mampu menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan memaksimalkan kekayaan pemegang sahamnya dan akan mendapatkan respon positif dari pihak luar atau investor. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang diukur dengan ROE tidak dilakukan oleh perusahaan secara optimal dalam mengelola modal sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Penelitian mengenai nilai perusahaan telah beberapa kali dilakukan. Variabel independen dan tempat riset yang digunakan beragam, hasil dari penelitian juga beragam.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Freeman (dalam Safitri, 2015) menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. *Stakeholder* perusahaan terdiri atas berbagai pihak yaitu pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum.

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* yang dapat dilakukan dengan memberikan informasi kinerja perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan pengungkapan *corporate social responsibility* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* dan agar dapat dukungan dari para *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaan. Adanya dukungan dan kinerja *stakeholder* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena investor yakin bahwa dengan kinerja dan dukungan para *stakeholder* dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Teori Sinyal

Rustiarini (2010) teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal maupun pihak internal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan.

Salah satu informasi non keuangan yang diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Meningkatnya reputasi perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga menjadi sinyal positif bagi para investor untuk melakukan investasi.

Selain itu, tingkat profitabilitas juga menjadi salah satu sinyal yang baik untuk menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menyebabkan harga saham akan tinggi yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Sehingga para investor yakin dengan profitabilitas yang tinggi maka prospek perusahaan di masa mendatang akan baik pula.

Corporate Social Responsibility (CSR)

McWilliams dan Siegel (dalam Agustine, 2014) menyatakan bahwa CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Permanasari, 2010).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba baik yang berasal dari penjualan maupun dari pendapatan investasi. Menurut Kasmir (2008:281) Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Laba yang dihasilkan dari penjualan dapat diukur menggunakan rasio *gross profit margin* dan *net profit margin*. Sedangkan laba yang dihasilkan dari pendapatan investasi dapat diukur menggunakan rasio *return on equity* dan *return on asset*.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi tertentu yang ingin dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan atas semua kegiatan yang dilakukan perusahaan yang dijadikan para investor sebagai persepsi dalam melakukan kegiatan investasi yang berkaitan dengan harga saham karena dengan meningkatnya nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam mensejahterakan para *stakeholder* perusahaan.

Solihah dan Taswan (dalam Kurnia, 2015) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Tobin's Q. Menurut Sukamulja (dalam Permanasari, 2010) Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan biaya penggantian modal maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang baik mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan akan mendapat respon yang positif bagi para investor untuk melakukan investasi dalam perusahaan tersebut sehingga mendorong harga saham akan meningkat. Peningkatan harga saham mencerminkan bahwa

nilai perusahaan dalam keadaan baik. Oleh karena itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan karena tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba serta mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik. Dengan terwujudnya kemakmuran pemegang saham yang baik dan penghasilan saham yang maksimum dapat menjadi sinyal positif bagi reaksi pasar yang mampu meningkatkan harga saham sehingga banyak para investor yang tertarik untuk melakukan investasi dengan perusahaan tersebut. Peningkatan harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan dalam keadaan baik. Hal ini seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Fandini (2013), Kurnia (2015), Pangulu (2014), dan Hemastuti (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Analisis data dalam penelitian kuantitatif yaitu menggunakan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (1999:142) menjelaskan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul baik melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, mean, median, maupun perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata atau standar deviasi. Statistik deskriptif juga dapat dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 tahun yang dimulai pada tahun 2010-2014.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Pemilihan sampel secara *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian, yang akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Kriteria-kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Perusahaan sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan periode 31 Desember 2014; 2) Perusahaan sektor kimia yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode tahun 2010-2014.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR); 2) profitabilitas.

Corporate social responsibility. *Corporate social responsibility* dalam penelitian ini diukur menggunakan CSRDI. Menurut Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa perhitungan indeks CSRDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan ekonomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan akan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan agar dapat memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Berikut ini rumus yang digunakan dalam menghitung CSRDI:

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

X_{ij} = Dummy variabel; 1 = jika 1 item diungkapkan, 0 = jika 1 item tidak diungkapkan, dengan demikian $0 \leq \text{CSRDI} \leq 1$.

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

Profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba yang dihasilkan dari pendapatan investasi dapat diukur menggunakan *Return On Asset* dan *Return On Equity*.

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity*. Semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) maka semakin tinggi nilai perusahaan seperti yang dijelaskan oleh Kasmir (2008:281) menyatakan bahwa rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri secara keseluruhan menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *return on equity* maka akan semakin baik. Artinya posisi pemilik akan semakin kuat dan sebaliknya jika tingkat *return on equity* semakin rendah maka posisi pemilik perusahaan akan semakin lemah sehingga nilai perusahaan akan rendah. Berikut rumus perhitungan *return on equity*:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Menurut Rika dan Islahudin (dalam Retno dan Priantinah, 2012), Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Tobin's Q yang merupakan rasio nilai pasar saham perusahaan terhadap nilai buku ekuitas perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{\text{EMV} + D}{\text{EBV} + D}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*Closing Price*) akhir tahun dengan saham yang beredar pada akhir tahun

EBV = Nilai buku dari total ekuitas (*Equity Book Value*), yang diperoleh dari total ekuitas.

D = Nilai buku dari total hutang.

Metode Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Rumus metode regresi linier berganda:

$$N_i = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{ROE} + \varepsilon$$

Keterangan:

N_i = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi linier

CSR = *Corporate Social Responsibility*

ROE = Profitabilitas

ε = Error

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik dilakukan untuk memperoleh model regresi yang mampu memberikan estimasi yang handal dan tidak bias dalam mengambil keputusan. Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) uji normalitas; 2) uji multikolinieritas; 3) autokorelasi; 4) heterokedastisitas.

Uji Normalitas. Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada normal *p-plot of regression standardized residual* dari variabel independen antara lain: a) Jika data menyebar diatas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas; b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov* dapat dianalisis pada nilai residual hasil regresi dengan kriteria, jika probabilitas > 0,05 maka data terdistribusi secara normal, sebaliknya jika probabilitas < 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas. Menurut Ghozali (2011:91) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Dalam penelitian dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas dengan ketentuan antara lain: a) Mempunyai nilai VIF kurang dari 10; b) Mempunyai angka tolerance lebih besar dari 0,10.

Uji Autokorelasi. Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Watson* (DW) dengan kriteria antara lain: a) Angka DW < - 2, artinya autokorelasi

positif; b) Angka DW di antara - 2 sampai 2, artinya tidak ada autokorelasi; c) Angka DW > 2, artinya autokorelasi negatif.

Uji Heteroskedastisitas. Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* dengan beberapa ketentuan antara lain: a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen pada perusahaan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2010 hingga periode tahun 2014. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah Koefisien Determinasi (R^2).

Menurut Ghozali (2011:83), Koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji Goodness of Fit (Uji F)

Menurut Ghozali (2011:83) menyatakan bahwa ketepatan fungsi regresi sampel dalam menafsirkan nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*. *Goodness of fit* menguji H_0 bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Dasar pengambilan keputusannya antara lain a) Jika nilai *goodness of fit test statistic* > 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga model penelitian belum tepat; b) Jika nilai *goodness of fit test statistic* < 0,05 maka H_0 diterima dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya sehingga model penelitian sudah tepat.

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:84). Signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan melihat probabilitas dari rasio masing-masing variabel independen pada taraf nyata $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusannya antara lain a) Jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen; b) Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data mengenai variabel penelitian yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi,

maksimum, dan minimum. Hasil uji statistik deskriptif dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
CSR	30	0,19	0,46	0,3223	0,08488
ROE	30	-0,47	0,23	0,0307	0,12657
NI	30	0,46	1,45	0,8743	0,24869
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian sebanyak 30 pengamatan. Data yang digunakan dalam pengamatan tersebut diambil dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang bergerak dalam sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2014. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan perusahaan yang memiliki tingkat tertinggi pada variabel corporate social responsibility (CSR) dengan nilai sebesar 0,46 adalah PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk pada tahun 2013-2014. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat variabel CSR terendah dengan nilai sebesar 0,19 adalah PT. Intanwijaya Internasional Tbk pada tahun 2010-2014 dan tingkat variabel CSR yang menjadi sampel (*mean*) secara keseluruhan sebesar 0,3223 dengan standar deviasi sebesar 0,08488.

Hasil dari variabel profitabilitas dapat dilihat dalam tabel 1 di atas, yang menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat variabel Return On Equity (ROE) tertinggi dengan nilai sebesar 0,23 adalah PT. Unggul Indah Cahaya Tbk pada tahun 2011. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat terendah variabel Return On Equity (ROE) dengan nilai sebesar -0,47 adalah PT. Eterindo Wahanatama Tbk pada tahun 2014 dan tingkat variabel Return On Equity (ROE) yang menjadi sampel (*mean*) secara keseluruhan sebesar 0,0307 dengan standar deviasi sebesar 0,12657.

Sedangkan hasil variabel nilai perusahaan (NI) yang dapat dilihat dari tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat variabel nilai perusahaan tertinggi dengan nilai sebesar 1,45 adalah PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk pada tahun 2012, sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat variabel nilai perusahaan (NI) terendah dengan nilai sebesar 0,46 adalah PT. Intanwijaya Internasional Tbk pada tahun 2014 dan tingkat variabel nilai perusahaan (NI) yang menjadi sampel (*mean*) secara keseluruhan sebesar 0,8743 dengan standar deviasi sebesar 0,24869.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas. Berdasarkan hasil uji normalitas yang dapat dilihat dari grafik normal p-plot menunjukkan bahwa data tersebut memiliki distribusi data yang normal karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya masih mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah layak digunakan. Hasil ini juga didukung oleh hasil uji secara statistik dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* yang menunjukkan bahwa nilai *kolmogorov smirnov* sebesar 1,247 dengan tingkat signifikan sebesar 0,089 artinya hasil uji *kolmogorov smirnov* menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinieritas. Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Berikut hasil Uji multikolinieritas:

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
CSR	0,986	1,014	Tidak terjadi multikolinieritas
ROE	0,986	1,014	Tidak terjadi multiolineritas

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 yaitu sebesar 0,986 dan nilai VIF kurang dari 10 yaitu sebesar 1,014 yang berarti bahwa persamaan regresi linier berganda tidak terjadi adanya multikolinieritas.

Uji Autokorelasi. Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ sebelumnya. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada table dibawah ini:

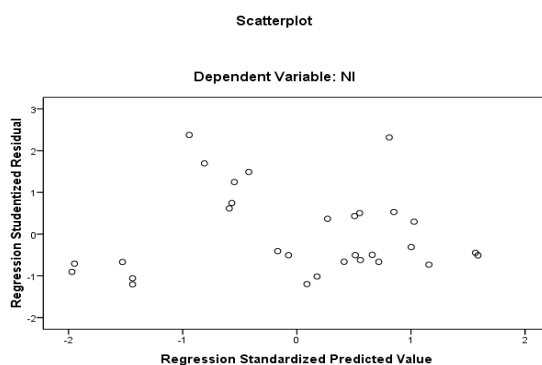
Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Keterangan
0,486	0,237	0,180	0,21927	1,045	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,045 yang terletak antara -2 sampai +2 yang berarti bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas. Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke yang lain. Berikut adalah hasil pengujian heterokedastisitas yang menggunakan gambar *scatterplot*:



Gambar 1
Grafik Scatterplot
Sumber: Output Spss

Berdasarkan hasil gambar di atas menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang sistematis maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model persamaan regresi yang digunakan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dapat digunakan jika uji asumsi klasik terpenuhi. Dari hasil uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian layak untuk dilakukan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil perhitungan dengan menggunakan komputer yaitu dengan aplikasi program SPSS pada analisis regresi linier berganda untuk persamaan regresi dapat diperoleh tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t hitung	Signifikansi	keterangan
Konstanta	0,425	2,623	0,014	Berpengaruh
CSR	1,378	2,853	0,008	Berpengaruh
ROE	0,261	0,805	0,428	Tidak berpengaruh

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas maka persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$N_i = 0,425 + 1,378CSR + 0,261ROE + \varepsilon$$

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis yang digunakan adalah Koefisien determinasi (R^2) yang bertujuan untuk menguji seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,486	0,237	0,180	0,21927	1,045

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, dapat menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,237. Dapat disimpulkan bahwa 23,7% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE), sedangkan 76,3% sisanya, dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Uji Goodness of Fit (Uji F)

Pada uji F (*goodness of fit*) beberapa ketentuan antara lain: a) Jika nilai *goodness of fit test statistic* > 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga model penelitian belum tepat; b) Jika nilai *goodness of fit test statistic* < 0,05 maka H_0 diterima dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya sehingga model penelitian sudah tepat. Dengan ketentuan tersebut hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji Goodness of Fit (Uji F)

Nilai F hitung	Signifikansi	Keterangan
4,183	0,026	Model yang digunakan sudah tepat atau layak

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 4,183 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026 artinya H_0 diterima dan model yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak atau tepat karena tingkat signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat nilai perusahaan tergantung dengan tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan tingkat profitabilitas (ROE) yang dimiliki oleh perusahaan pada perusahaan yang bergerak dalam sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2014.

Uji t

Pada uji t terdapat beberapa kriteria antara lain: a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen; b) Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan kriteria tersebut dapat dilihat hasil uji t pada tabel dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Signifikansi	Keterangan
CSR	2,853	0,008	Berpengaruh
ROE	0,805	0,428	Tidak berpengaruh

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,853 dengan tingkat signifikan sebesar 0,008 menunjukkan bahwa tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari batas tingkat signifikan sebesar 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut mendukung hipotesis pertama yaitu variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROE menghasilkan nilai t hitung sebesar 0,805 dengan tingkat signifikan sebesar 0,428. Tingkat signifikan tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan sebesar 0,05, artinya H_0 diterima dan H_2 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa hasil tersebut tidak mendukung hipotesis kedua yaitu variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan yang dilihat dari tingkat signifikan 0,008 dengan nilai koefisien sebesar 1,378, maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut mendukung hipotesis pertama (H_1 diterima) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak dalam sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2014 telah melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik yang dibuktikan oleh salah satu perusahaan yang mendapatkan penghargaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk. Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik dilakukan perusahaan untuk memudahkan para *stakeholder* dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Selain itu,

perusahaan juga berharap dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjaga hubungan yang baik dengan para stakeholder dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena dengan hal-hal tersebut dapat menjadi reaksi yang positif bagi pasar untuk meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan adalah meningkat sehingga menjadi daya tarik bagi para investor untuk melakukan kegiatan investasi dengan perusahaan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015), Permanasari (2010), Rustiarini (2010), Nurlala dan Islahudin (2008) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014), Retno dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut (Martono dan Harjito, 2002:53). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan modal yang dimiliki perusahaan dengan baik untuk menghasilkan laba. Profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi reaksi pasar sehingga dapat meningkatkan harga saham suatu perusahaan. Hal ini, menunjukkan bahwa nilai perusahaan dalam keadaan baik (meningkat) karena harga saham yang meningkat mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik sehingga menjadi daya tarik bagi para investor untuk melakukan kegiatan investasi dengan perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikan variabel profitabilitas sebesar 0,428 dengan nilai koefisien sebesar 0,216, maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan berarti hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian (H_2 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak dalam sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2014 tidak bisa memanfaatkan modal yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba dengan baik sehingga terdapat beberapa perusahaan yang mengalami kerugian seperti PT. Intanwijaya Internasional Tbk pada tahun 2010-2011, PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk pada tahun 2012, dan PT. Eterindo Wahanatama Tbk pada tahun 2014. Keuntungan atau kerugian yang dialami perusahaan kimia dalam jangka pendek tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena para investor dalam melakukan investasi tidak melihat dari tingkat profitabilitas perusahaan dalam jangka pendek, akan tetapi melihat tingkat profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, H_2 dalam penelitian ini ditolak yang artinya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fandini (2013), Pangulu (2014), Hemastuti (2014), dan Kurnia (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan ini terdapat dua kesimpulan antara lain:
1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh

positif terhadap nilai perusahaan artinya bahwa hipotesis pertama yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima. Dengan tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi, para *stakeholder* akan memberikan dukungan yang baik terhadap perusahaan yaitu salah satunya dengan meningkatkan kinerja mereka yang akan menyebabkan kinerja perusahaan dapat meningkat sehingga dapat menjadi respon yang positif bagi pasar (reaksi pasar akan meningkat). Reaksi pasar yang tinggi dapat mendorong harga saham untuk meningkat dan menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi pada suatu perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam meningkatnya harga saham; 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya bahwa hipotesis kedua yang dirumuskan dalam penelitian ini tidak dapat diterima (ditolak) karena pada perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini tidak dapat memanfaatkan modal yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan baik sehingga ada beberapa perusahaan yang mengalami kerugian.

Saran

Berdasarkan penelitian tersebut terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti antara lain: 1) disarankan mengganti atau menambah variabel independen; 2) menggunakan perhitungan profitabilitas yang berbeda agar mendapatkan hasil yang lebih beragam dari penelitian sebelumnya; 3) menggunakan tahun pengamatan yang lebih lama sehingga akan memberikan kemungkinan untuk memperoleh hasil yang mendekati kondisi yang sebenarnya; 4) disarankan menggunakan populasi yang berbeda dengan cakupan populasi yang luas seperti perusahaan LQ45 atau seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar mendapatkan hasil yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Finesta* 2(1): 42-47.
- Brigham and Houston. 2004. *Fundamentals of Financials Managemen*. Tenth Edition. South Western. Singapore. Terjemahan A. A. Yulianto. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Fandini, F. R. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Pasundan. Bandung.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hemastuti, C. P. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Empiris Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2009-2012). *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* 16(2):128-148.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kurnia, E. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Utang dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Martono dan D. A. Harjito. 2002. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Ekonisia. Yogyakarta.

- Nurlela, R., dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate social responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Pangulu, A. L. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2013). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3(1): 1-13.
- Permanasari, W. I. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prasekti, R. P. 2015. Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Rahardjo, B. 2002. *Laporan Keuangan Perusahaan*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Retno, D.R dan D. Priantinah. 2012. Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal* 1(1).
- Rustiarini, N. W. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Safitri, D. A. 2015. Dampak Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pasar. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Sayekti, Y dan L. S. Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Makasar.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan pertama. Alfabeta. Bandung.