

PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Lana Kartika Andayani
lanakartika@gmail.com
Suwardi Bambang Hermanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and profitability on the firm value. While, the CSR was measured by checklist of 78 items disclosure, profitability was measured by Return On Equity (ROE) and the firm value was measured by Tobin's Q. Moreover, the population was property and real estate companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2015-2017. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 32 companies with 3 years of observation, as sample. Therefore, the total amount of observed data became 96. The research result concluded Corporate Social Responsibility (CSR), in terms of its environment, energy, health, and occupational health and safety; and others such as workers, products, public participation and people surrounding did not affect the firm value. On the other hand, profitability which was referred to Return On Equity (ROE) had positive effect on the firm value.

Keywords: corporate social responsibility, profitability, firm value

INTISARI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan *checklist* 78 item pengungkapan, profitabilitas diukur dengan *Return on Equity* (ROE), dan nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* atas perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015 sampai 2017. Total sampel yang dipilih berjumlah 32 perusahaan dan dengan 3 tahun periode penelitian maka total data yang diobservasi berjumlah 96 data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk keterlibatan masyarakat dan umum tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: tanggungjawab sosial perusahaan, profitabilitas, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang kian ketat di era globalisasi ini membuat perusahaan harus berusaha lebih keras untuk dapat mencapai tujuannya. Tujuan perusahaan yang dimaksud adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kesan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Sartono (2008) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan kerap dikaitkan dengan harga saham karena harga saham menunjukkan harga yang bersedia dibayar oleh investor. Nilai perusahaan yang tinggi tentunya akan mengirim sinyal positif bagi para investor sehingga mereka tertarik untuk menanamkan modalnya karena yakin peluang perusahaan tersebut akan baik di masa mendatang. Pada penelitian ini rasio yang akan digunakan adalah rasio Tobin's Q. Konsep rasio Tobin's Q dianggap sebagai rasio yang paling baik karena fokus pada nilai perusahaan saat ini dan biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

Salah satu faktor yang dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Profitabilitas diukur dengan *Return on Equity* (ROE) karena dianggap lebih akurat karena merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari uang yang dimiliki. Apabila tingkat profitabilitas tinggi dan return saham mengalami peningkatan maka nilai perusahaan di mata para investor juga meningkat sehingga diminati oleh para investor. Dengan demikian, profitabilitas dapat dikatakan mempengaruhi nilai perusahaan.

Selain profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial tanpa memperhitungkan untung maupun rugi secara ekonomis. Pengungkapan atas kegiatan sosial perusahaan juga dapat menjadi salah satu cara membangun citra yang baik bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata para investor dan dapat dijadikan sarana untuk mengirimkan sinyal positif kepada para investor agar tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengungkapan atas tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) akan diukur dengan cara membandingkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan pada laporan tahunan perusahaan tersebut dengan 78 item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) yang diadaptasi dari penelitian Sembiring (2005). 78 item tersebut dibagi dalam beberapa aspek sesuai dengan yang diisyaratkan oleh Bapepam pada Peraturan Bapepam No VIII G.2 tahun 1996 yang membahas mengenai *annual report* antara lain; lingkungan, energi, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Dalam penelitian ini, objek yang akan digunakan adalah perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Perusahaan *property* adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembangunan baik kondominium, apartemen, perkantoran, *real estate* maupun lainnya. Sektor ini dipilih sebagai objek penelitian karena tingkat pertumbuhannya tinggi dan dikenal sebagai bisnis yang siklusnya mudah berubah sehingga mempengaruhi *return* saham dalam perusahaannya. Tingginya pertumbuhan bisnis *property* akan membuat *return* saham perusahaan yang bergerak dalam bidang *property* dan *real estate* ini juga tinggi. Hal ini tentunya akan mempengaruhi minat para investor yang ingin menanamkan modal pada perusahaan yang bergerak di bidang *property* dan *real estate* dan tentunya mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* adalah teori yang menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan memenuhi dan mengelola harapan para *stakeholder*. *Stakeholder* adalah setiap kelompok atau individu yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Freeman, 1984). Teori ini menyatakan bahwa sesungguhnya para *stakeholder* berhak untuk mengetahui informasi baik *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan maupun non-keuangan. Salah satu upaya manajer untuk memenuhi tanggung jawabnya kepada para *stakeholder* adalah melalui pengungkapan tanggung jawab sosial.

Teori Sinyal

Investor dan pelaku bisnis sangat membutuhkan informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu karena para investor akan menggunakannya sebagai alat analisis sebelum mengambil keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan

dapat dikatakan sebagai pengumuman yang akan memberikan sinyal baik atau sinyal buruk bagi para investor. Jogiyanto (2000) menjelaskan jika pengumuman tersebut merupakan sinyal yang baik, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan dalam volume saham yang diperdagangkan. Informasi yang penting untuk diungkapkan oleh perusahaan antara lain informasi mengenai tanggung jawab sosial dan profitabilitas.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menurut Deegan (2000) adalah usaha perusahaan secara berkelanjutan untuk bertindak sesuai dengan batas dan norma dalam masyarakat agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal. Legitimasi dianggap sebagai persamaan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu perusahaan sudah sesuai dengan sistem maupun norma yang berlaku dalam lingkungan masyarakat sekitar perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar memperoleh legitimasi dari masyarakat adalah dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) juga merupakan aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan diwajibkan oleh hukum (McWilliams dan Siegel, 2001). Sesungguhnya, dengan melakukan pengungkapan atas tanggung jawab sosial, perusahaan akan lebih mudah memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat. Karena dianggap memiliki kesesuaian dan keselarasan mengenai nilai-nilai sosial yang dianut perusahaan dalam melakukan kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Selain itu, dengan melakukan pengungkapan atas tanggung jawab sosial, keberlangsungan dan keberlanjutan kegiatan operasional perusahaan dapat dikatakan terjamin aman.

Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan berapa besarnya kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Kasmir (2008) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini juga menilai tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari 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* (ROE) dan *return on asset* (ROA).

Nilai Perusahaan

Sujoko dan Soebiantoro (2007) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan kesan investor terhadap perusahaan terbuka dan kerap dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi dianggap mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Pemilik perusahaan tentunya ingin nilai perusahaan yang tinggi karena akan menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa depan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek lingkungan, perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* khususnya masyarakat karena dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) dan Natanagara (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Energi Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam menghasilkan produk-produknya, tentu ada energi yang digunakan oleh perusahaan. Penggunaan energi tersebut tentunya harus dilakukan secara efisien karena dengan demikian akan mengurangi biaya yang harus dikeluarkan serta akan berdampak besar pada *stakeholder*. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek energi, perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* khususnya para pemegang saham karena dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Natanagara (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek energi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja Terhadap Nilai Perusahaan

Tenaga kerja dalam suatu perusahaan berhak memperoleh penghidupan yang layak serta terjaminnya kesehatannya. Apabila hak-hak tenaga kerja dalam perusahaan tersebut terpenuhi maka mereka akan bekerja dengan baik sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek ketenagakerjaan, perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* khususnya para tenaga kerja karena dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu

perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Tanggung jawab sosial perusahaan dalam dalam aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Tenaga Kerja Lain-Lain Terhadap Nilai Perusahaan

Jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan dalam suatu perusahaan haruslah sesuai dengan kebutuhan agar pelaksanaan kegiatan dapat tetap berjalan secara efektif dan efisien. Tenaga kerja juga perlu memperoleh pelatihan agar dapat meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan pekerjaannya dan memberikan kontribusi lebih baik terhadap perusahaan sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek ketenagakerjaan, perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* khususnya para tenaga kerja karena dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Tanggung jawab sosial perusahaan dalam dalam aspek tenaga kerja lain-lain berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Produk Terhadap Nilai Perusahaan

Produk merupakan hal terpenting dalam kegiatan usaha. Baik atau buruknya produk sangat menentukan penilaian dari para konsumen. Selain itu, konsumen juga memerlukan adanya jaminan atas mutu produk tersebut serta aman digunakan bagi konsumen. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek produk, perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* khususnya konsumen karena dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek produk berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Keterlibatan Masyarakat Terhadap Nilai Perusahaan

Pada dasarnya kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan ditujukan bagi masyarakat sehingga dalam pelaksanaannya masyarakat perlu dilibatkan. Masyarakat yang dimaksud disini bukan hanya masyarakat yang berada dilingkungan operasional perusahaan melainkan masyarakat secara keseluruhan. Dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek keterlibatan masyarakat, perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* khususnya masyarakat secara luas karena dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆ : Tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek keterlibatan masyarakat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Umum Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan mengenai tujuan atau kebijakan perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan serta pengungkapan lain diluar aspek yang telah disebutkan diatas juga perlu dilakukan. Hal tersebut dikarenakan semakin banyak aspek yang diungkapkan oleh perusahaan maka semakin besar dukungan yang mungkin diperoleh perusahaan dari para *stakeholder*. Dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Peningkatan citra dan kinerja perusahaan menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena peningkatan citra dan kinerja perusahaan dianggap mampu meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan merefleksikan peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Natanagara (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇ : Tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek umum berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin baik nilai perusahaan karena tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dalam menghasilkan laba serta merefleksikan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik. Tercapainya kemakmuran pemegang saham dapat menjadi sinyal positif bagi pasar dan dianggap mampu meningkatkan harga saham sehingga para investor akan tertarik untuk melakukan kegiatan investasi pada perusahaan tersebut. Peningkatan harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015), Anindita dan Yulianti (2017) serta Marfuah dan Nindya (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₈ : 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 yang menjelaskan hubungan antar variabel melalui hipotesis. Analisis data dalam penelitian kuantitatif yaitu menggunakan statistik deskriptif. Sugiono (1999) 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 dapat pula dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, analisis regresi serta membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berjumlah 48 perusahaan. Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 3 tahun yang dimulai pada tahun 2015-2017.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* bertujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian, yang akan mempengaruhi hasil analisis. Kriteria-kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan periode 31 Desember 2017; 2) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode tahun 2015-2017; 3) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang memperoleh laba secara berturut-turut selama periode tahun 2015-2017. Berdasarkan pada kriteria-kriteria sampel yang sudah ditentukan, maka peneliti dapat mengetahui berapa jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* dalam aspek lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum serta profitabilitas. **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan** 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. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diukur dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan pada laporan tahunan dengan 78 item pengungkapan hasil adaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sembiring pada tahun 2005. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan dikelompokkan ke dalam 7 aspek sesuai dengan aspek yang telah diisyaratkan oleh Bapepam melalui peraturan Bapepam No.VIII.G.2 tahun 1996 tentang laporan tahunan, antara lain: 1) Lingkungan; 2) Energi; 3) Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja; 4) Lain-lain Tenaga Kerja; 5) Produk; 6) Keterlibatan masyarakat; dan 7) Umum. Aspek-aspek tersebut terdiri dari beberapa item yang apabila dijumlahkan seluruh item tersebut sebanyak 78 item. Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung CSR:

$$CSR_x = \frac{\sum A}{n_x}$$

Keterangan:

CSR_x = *Corporate Social Responsibility* dalam aspek x

A = Item dalam aspek x yang diungkapkan oleh perusahaan; 1 = jika 1 item diungkapkan; 0 = jika 1 item tidak diungkapkan

n_x = Jumlah keseluruhan item dalam masing-masing aspek x

Profitabilitas, Kasmir (2008) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. *Return on Equity* (ROE) dianggap lebih akurat karena merepresentasikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari uang yang dimiliki. Semakin tinggi rasio *return on equity* (ROE) maka semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba yang ditanamkan oleh investor dalam perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik pihak investor untuk melakukan penanaman modal atau melakukan investasi dalam perusahaan tersebut karena yakin peluang perusahaan tersebut akan baik di masa mendatang. Berikut rumus perhitungan *Return on Equity*:

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

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah gambaran kondisi perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham sebagai pertimbangan para investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi. Pada penelitian ini rasio yang digunakan adalah rasio Tobin's Q. Tobin's Q membandingkan nilai pasar ekuitas dan nilai buku dari total hutang dengan nilai buku dari total aktiva dan total hutang. Nilai pasar ekuitas diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. Konsep rasio Tobin's Q dianggap sebagai rasio yang paling baik karena fokus pada nilai perusahaan saat ini dan biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Berikut rumus Tobin's Q:

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

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*)

D = Nilai buku dari total hutang

Metode Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam berbagai aspek dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan 2015-2017. Berikut rumus metode regresi linier berganda:

$$TQ = \alpha + \beta_1 CSR_L + \beta_2 CSR_E + \beta_3 CSR_K + \beta_4 CSR_L + \beta_5 CSR_P + \beta_6 CSR_M + \beta_7 CSR_U + \beta_8 ROE + \varepsilon$$

Keterangan:

TQ = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi linier

ε = Error

LGK	= CSR dalam aspek lingkungan
ENG	= CSR dalam aspek energi
KKK	= CSR dalam aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja
LTK	= CSR dalam aspek lain-lain tenaga kerja
PDK	= CSR dalam aspek produk
KMA	= CSR dalam aspek keterlibatan masyarakat
UMM	= CSR dalam aspek umum
ROE	= Profitabilitas

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik juga memiliki tujuan untuk memastikan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinearitas, autokorelasi dan heterokedastisitas. Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini antara lain, uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas.

Uji Normalitas. Ghozali (2011) menjelaskan bahwa uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. 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 tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal, sebaliknya jika tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas. Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas, begitu pula sebaliknya, apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi memiliki tujuan 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. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (DW). Uji Durbin-Watson (DW) memiliki ketentuan antara lain, apabila nilai DW berada dibawah -2 maka terjadi autokorelasi positif, apabila nilai DW berada diantara -2 dan +2 maka tidak terjadi autokorelasi, serta apabila nilai DW berada diatas +2 maka terjadi autokorelasi negatif.

Uji Heterokedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan *goodness of fit*-nya. Secara statistik, dapat diukur dari koefisien determinasi, nilai statistik f , dan nilai statistik t . Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Koefisien Determinasi. Ghozali (2011) menjelaskan bahwa koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan atau menjelaskan variabel dependen.

Uji *Goodness of fit* (Uji F). Pengujian ini memiliki tujuan untuk menunjukkan apakah model regresi yang digunakan sudah layak atau tidak. Maksudnya, model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka kriteria pengujiannya antara lain, apabila nilai signifikansi f lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen dan apabila nilai signifikansi f lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima, artinya seluruh variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t). Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka kriteria pengujiannya antara lain, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen dan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan, ada 96 data yang dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

Tabel 1
Pengambilan Sampel Penelitian

Kriteria pengambilan sampel	2015	2016	2017	Total
1. Perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI	48	48	48	
2. Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut	(7)	(7)	(7)	
3. Perusahaan yang tidak memperoleh laba secara berturut-turut	(9)	(9)	(9)	
Jumlah laporan tahunan yang dijadikan sampel penelitian	32	32	32	96

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian. Berikut hasil uji statistik deskriptif :

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LGK	96	.15	.62	.36	.12
ENG	96	.00	.43	.20	.12
KKK	96	.13	.50	.32	.12
LTK	96	.00	.28	.15	.06
PDK	96	.00	.40	.18	.12
KMA	96	.00	.67	.30	.21
UMM	96	.00	1.00	.58	.36
ROE	96	.00	.26	.09	.07
TQ	96	.20	1.58	.80	.38
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2, variabel Lingkungan (LGK) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,62. Nilai tersebut dicapai oleh PT Bumi Serpong Damai Tbk pada tahun 2017 dengan mengungkapkan 8 dari 13 item yang harus diungkapkan. Sedangkan nilai terendah nilai sebesar 0,15 dicapai oleh PT Sentul City Tbk pada tahun 2015 dan 10 perusahaan lainnya dengan mengungkapkan 2 dari 13 item. Dua item tersebut antara lain mengenai penghargaan yang diterima berkaitan dengan program lingkungan serta pengolahan limbah. Variabel Lingkungan (LGK) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,36 dengan standar deviasi sebesar 0,12.

Variabel Energi (ENG) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,43. Nilai tersebut dicapai oleh PT Agung Podomoro Land Tbk pada tahun 2017 dengan mengungkapkan 3 dari 7 item yang harus diungkapkan. Item yang diungkapkan antara lain mengenai upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi, peningkatan efisiensi energi dari produk serta kebijakan energi perusahaan. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,00 dicapai oleh PT Gading Development Tbk pada tahun 2015 dan 12 perusahaan lainnya dengan tidak mengungkapkan aspek energi. Variabel Energi (ENG) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,20 dengan standar deviasi sebesar 0,12.

Variabel Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja (KKK) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,50. Nilai tersebut dicapai oleh PT Alam Sutera Realty Tbk pada tahun 2017 dengan mengungkapkan 4 dari 8 item yang harus diungkapkan. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,13 dicapai oleh PT Ciputra Development Tbk pada tahun 2015 dan 14 perusahaan lainnya dengan hanya mengungkapkan 1 dari 8 item. Salah satu item tersebut adalah pernyataan bahwa perusahaan mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja. Variabel Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja (KKK) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,32 dengan standar deviasi sebesar 0,12.

Variabel Lain-lain Tenaga Kerja (LTK) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,28. Nilai tersebut dicapai oleh PT Bekasi Asri Pemula Tbk pada tahun 2015 dengan mengungkapkan 8 dari 29 item yang harus diungkapkan. Dua diantaranya adalah jumlah tenaga kerja dalam perusahaan serta tingkatan manajerial yang ada. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,00 dicapai oleh PT Duta Anggada Realty Tbk pada tahun 2015 dan 6 perusahaan lainnya dengan tidak mengungkapkan aspek lain-lain tenaga kerja. Variabel Lain-lain Tenaga Kerja (LTK) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,15 dengan standar deviasi sebesar 0,06.

Variabel Produk (PDK) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,40. Nilai tersebut dicapai oleh PT Pakuwon Jati Tbk pada tahun 2015 dengan mengungkapkan 4 dari 10 item yang harus diungkapkan. Dua diantara empat item tersebut mengenai pengembangan produk serta penghargaan yang diterima sebagai cerminan mutu produk. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,00 dicapai oleh PT Roda Vivatex Tbk pada tahun 2016 dan 12 perusahaan lainnya dengan

tidak mengungkapkan aspek produk. Variabel Produk (PDK) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,18 dengan standar deviasi sebesar 0,12.

Variabel Keterlibatan Masyarakat (KMA) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,67. Nilai tersebut dicapai oleh PT Lippo Cikarang Tbk pada tahun 2017 dengan mengungkapkan 6 dari 9 item yang harus diungkapkan. Dua diantaranya mengenai pemberian sumbangan serta sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,00 dicapai oleh PT Duta Pertiwi Tbk pada tahun 2017 dan 6 perusahaan lainnya dengan tidak mengungkapkan aspek keterlibatan masyarakat. Variabel Keterlibatan Masyarakat (KMA) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,30 dengan standar deviasi sebesar 0,21.

Variabel Umum (UMM) memiliki nilai tertinggi sebesar 1,00. Nilai tersebut dicapai oleh PT Pakuwon Jati Tbk pada tahun 2017 dengan mengungkapkan 2 dari 2 item yang harus diungkapkan. Dua item tersebut mengenai kebijakan umum perusahaan serta informasi lainnya tentang tanggung jawab sosial. Sedangkan nilai terendah sebesar 0,00 dicapai oleh PT Perdana Gapura Prima Tbk pada tahun 2015 dan 17 perusahaan lainnya dengan tidak mengungkapkan aspek umum. Variabel Umum (UMM) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,58 dengan standar deviasi sebesar 0,36.

Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,26 yang dicapai oleh PT Plaza Indonesia Realty Tbk pada tahun 2017 dan 2016, sedangkan pada tahun 2015 tingkat ROEnya hanya 0,12. ROE yang lebih rendah pada 2015 dapat disebabkan karena laba yang diperoleh lebih rendah dari tahun 2016 namun memiliki jumlah ekuitas lebih tinggi dibandingkan tahun 2016 dan 2017. Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai terendah sebesar 0,00 dicapai oleh PT Gading Development Tbk pada tahun 2015 sampai 2017. Hal ini dapat dikarenakan nilai laba selalu lebih rendah dari nilai ekuitasnya. Variabel profitabilitas (ROE) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,09 dengan standar deviasi sebesar 0,07.

Variabel Nilai Perusahaan (TQ) memiliki nilai tertinggi sebesar 1,58 yang dicapai oleh PT Plaza Indonesia Realty Tbk pada tahun 2015, sedangkan pada tahun 2016 sebesar 1,57 dan pada tahun 2017 sebesar 1,55. Penurunan nilai perusahaan ini dapat dikarenakan turunnya harga saham dari Rp4.000 hingga Rp3.550. Variabel Nilai Perusahaan (TQ) memiliki nilai terendah sebesar 0,20 dicapai oleh PT Greenwood Sejahtera Tbk pada tahun 2015 dan 2016, sedangkan pada 2017 meningkat menjadi 0,22. Hal ini dapat dikarenakan naiknya harga saham dari Rp123 menjadi Rp150. Variabel Nilai Perusahaan (TQ) memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,80 dengan standar deviasi sebesar 0,38.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang memiliki distribusi data yang normal. Berdasarkan grafik normal p-plot dapat dilihat 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 layak digunakan. Hasil grafik normal p-plot tersebut juga didukung oleh hasil uji secara statistik dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov yang menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,084 yang artinya hasil uji kolmogorov-smirnov menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Berdasarkan Tabel 3 dibawah dapat diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi linier berganda tidak mengindikasikan adanya multikolinearitas antar variabel independen. Di bawah ini adalah hasil uji multikolinearitas:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
LGK	.850	1.176
ENG	.716	1.397
KKK	.782	1.279
LTK	.474	2.108
PDK	.702	1.424
KMA	.687	1.455
UMM	.610	1.640
ROE	.755	1.324

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Berdasarkan tabel dibawah dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya autokorelasi karena nilai Durbin-Watson (DW) dalam penelitian ini terletak di antara -2 dan +2 yaitu sebesar 1,170. Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

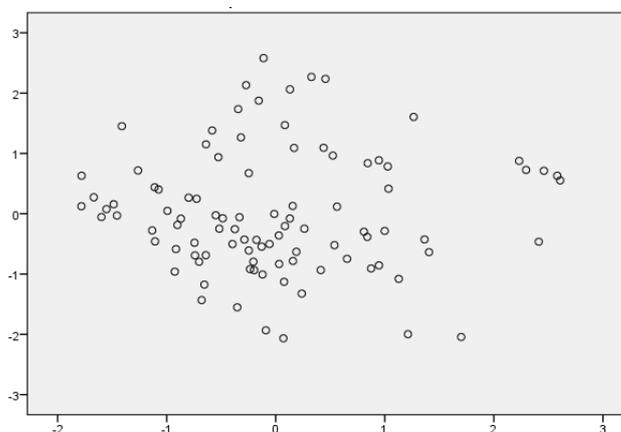
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.604 ^a	.365	.306	.318	1.170

a. Predictors: (Constant), ROE, PDK, KKK, KMA, LGK, ENG, UMM, LTK

b. Dependent Variable: TQ

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke yang lain. Berdasarkan hasil gambar dibawah menunjukkan bahwa tidak ada masalah heterokedastisitas pada model regresi linier berganda dan layak dipakai dalam penelitian karena penyebaran titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka nol pada sumbu y, serta di sebelah kanan atau kiri angka nol pada sumbu x. Penyebaran titik-titik data juga tidak membentuk pola yang sistematis. Berikut adalah hasil pengujian heterokedastisitas yang menggunakan gambar *scatterplot* :



Gambar 1
Grafik Scatterplot

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 berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di bawah maka persamaan linear yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$TQ = 0,738 - 0,710LGK + 0,610ENG + 0,214KKK + 0,936PDK - 0,030KMA - 0,469 UMM - 0,139ROE$$

Hasil perhitungan dengan menggunakan komputer yaitu dengan aplikasi program SPSS 23 pada analisis regresi linier untuk persamaan regresi dapat diperoleh Tabel 5 berikut :

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.738	.140		5.288	.000
LGK	-.710	.284	-.231	-2.497	.014
ENG	.610	.310	.199	1.970	.052
KKK	.214	.305	.068	.704	.484
LTK	.936	.740	.157	1.265	.209
PDK	-.030	.318	-.010	-.094	.925
KMA	-.469	.185	-.261	-2.532	.013
UMM	-.139	.113	-.135	-1.232	.221
ROE	2.183	.529	.406	4.126	.000

a. Dependent Variable: TQ

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Pengujian Hipotesis

Keofisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk menguji seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen pada perusahaan yang bergerak dalam sektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017. Berdasarkan tabel di bawah, dapat menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,365. Dapat disimpulkan bahwa 36,5% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam aspek Lingkungan, Energi, Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, Lain-lain Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, Umum serta profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity (ROE)*, sedangkan 63,5% sisanya, dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 ^a	.365	.306	.317

a. Predictors: (Constant), ROE, PDK, KKK, KMA, LGK, ENG, UMM, LTK

b. Dependent Variable: TQ

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Uji F pada penelitian ini, uji F (goodness of fit) digunakan untuk mengukur apakah model yang digunakan layak atau tidak. Dari Tabel 7 di bawah, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 6,245 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 maka model yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak atau tepat karena tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini

menunjukkan bahwa tingkat nilai perusahaan tergantung dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) dalam aspek Lingkungan, Energi, Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja, Lain-lain Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, Umum serta profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) yang dimiliki oleh perusahaan pada perusahaan yang bergerak dalam sektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017.

Tabel 7
Hasil Uji Goodness of Fit (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.039	8	.630	6.245	.000 ^b
	Residual	8.774	87	.101		
	Total	13.813	95			

a. Dependent Variable: TQ

b. Predictors: (Constant), ROE, PDK, KKK, KMA, LGK, ENG, UMM, LTK

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Uji T dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Pada uji t terdapat beberapa kriteria antara lain: a) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen b) Jika nilai signifikansi < 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 8.

Dari Tabel 8 di bawah, dapat dilihat bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lingkungan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014 dan nilai t hitung sebesar -2,497. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Lingkungan (LGK) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_1 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis pertama yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 8
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.738	.140		5.288	.000
	LGK	-.710	.284	-.231	-2.497	.014
	ENG	.610	.310	.199	1.970	.052
	KKK	.214	.305	.068	.704	.484
	LTK	.936	.740	.157	1.265	.209
	PDK	-.030	.318	-.010	-.094	.925
	KMA	-.469	.185	-.261	-2.532	.013
	UMM	-.139	.113	-.135	-1.232	.221
	ROE	2.183	.529	.406	4.126	.000

a. Dependent Variable: TQ

Sumber: Laporan Keuangan Diolah, 2019

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek energi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,052 dan nilai t hitung sebesar 1,970. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Energi (ENG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_2 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis kedua yaitu

variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek energi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0,484 dan nilai t hitung sebesar 0,704. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja (KKK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_3 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis ketiga yaitu variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lain-lain tenaga kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0,209 dan nilai t hitung sebesar 1,265. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Lain-lain Tenaga Kerja (LTK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_4 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis keempat yaitu variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek lain-lain tenaga kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,925 dan nilai t hitung sebesar -0,094. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Produk (PDK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_5 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis kelima yaitu variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek produk berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek keterlibatan masyarakat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013 dan nilai t hitung sebesar -2,532. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Keterlibatan Masyarakat (KMA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_6 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis keenam yaitu variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek keterlibatan masyarakat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek umum memiliki nilai signifikansi sebesar 0,221 dan nilai t hitung sebesar -1,232. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Umum (UMM) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_7 ditolak karena hasil tersebut tidak mendukung hipotesis ketujuh yaitu variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek umum berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 4,126. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Return On Equity* (ROE) berpengaruh signifikan secara positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H_8 diterima karena hasil tersebut mendukung hipotesis kedelapan yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Lingkungan (LGK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dikarenakan semakin banyak kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam bidang lingkungan maka semakin banyak pula biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Kegiatan tanggung jawab sosial sesungguhnya bukanlah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan finansial secara langsung, melainkan untuk memenuhi ketentuan hukum di Indonesia salah satunya peraturan yang diisyaratkan oleh Bapepam. Sedangkan, para *stakeholder*, dalam hal ini investor, tentu melakukan penanaman

modal atau investasi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan secara finansial. Sehingga semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial di bidang lingkungan dapat dianggap sebagai pemborosan oleh para investor. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) dan Natanagara (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Energi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Energi (ENG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dikarenakan kurangnya kesadaran bagi perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate* untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek energi pada laporan tahunannya. Sehingga hanya sedikit poin yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dalam aspek energi yang diungkapkan oleh perusahaan. Poin yang paling banyak diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan *property* dan *real estate* adalah peningkatan efisiensi energi dari produk, sedangkan poin lainnya jarang atau bahkan tidak diungkapkan sehingga variabel energi tidak dapat mempengaruhi variabel nilai perusahaan secara langsung. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Natanagara (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja (KKK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pengungkapan atas tanggung jawab sosial dalam aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate*. Dari delapan poin yang dapat diungkapkan, perusahaan hanya mengungkapkan satu sampai empat poin saja dalam laporan tahunannya sehingga variabel kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (KKK) tidak dapat mempengaruhi variabel nilai perusahaan secara langsung. Selain itu, informasi atas tanggung jawab sosial dalam aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja dianggap lebih menguntungkan bagi tenaga kerja dibandingkan bagi para investor. Dengan demikian sangat memungkinkan investor tidak terlalu memperhatikan aspek ini sehingga tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Lain-lain Tenaga Kerja terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Lain-lain Tenaga Kerja (LTK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pengungkapan atas tanggung jawab sosial dalam aspek lain-lain tenaga kerja yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate*. Dari dua puluh

sembilan poin yang dapat diungkapkan, perusahaan hanya mengungkapkan satu sampai sepuluh poin saja dalam laporan tahunannya, bahkan ada perusahaan yang sama sekali tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam aspek lain-lain tenaga kerja sehingga variabel lain-lain tenaga kerja (LTK) tidak dapat mempengaruhi variabel nilai perusahaan secara langsung. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Produk terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Produk (PDK) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pengungkapan atas tanggung jawab sosial dalam aspek produk yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam sektor *property* dan *real estate*. Dari sepuluh poin yang dapat diungkapkan, perusahaan hanya mengungkapkan satu sampai lima poin saja dalam laporan tahunannya, bahkan ada perusahaan yang sama sekali tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam aspek produk kerja sehingga variabel produk (PDK) tidak dapat mempengaruhi variabel nilai perusahaan secara langsung. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Keterlibatan Masyarakat terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Keterlibatan Masyarakat (KMA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek keterlibatan yang diharapkan oleh perusahaan dapat menarik dukungan dari *stakeholder* nyatanya memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dikarenakan semakin banyak kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam aspek keterlibatan masyarakat maka semakin banyak pula biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa kegiatan tanggung jawab sosial bukanlah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan finansial secara langsung, melainkan untuk memenuhi ketentuan hukum di Indonesia salah satunya peraturan yang diisyaratkan oleh Bapepam. Sedangkan, para *stakeholder*, dalam hal ini investor, tentu melakukan penanaman modal atau investasi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Sehingga semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial di bidang keterlibatan masyarakat dapat dianggap sebagai pemborosan oleh para investor walaupun kegiatan tanggung jawab sosial dalam aspek keterlibatan sangat menguntungkan bagi stakeholder lainnya yaitu masyarakat sekitar perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriani (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Aspek Umum terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Umum (UMM) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena hanya ada dua poin dalam aspek umum sehingga kerap luput dari perhatian pembaca laporan sehingga para investor pun tidak menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam aspek umum sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasinya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Natanagara (2015) serta Anindita dan Yulianti (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Return of Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba serta merefleksikan kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik. Tercapainya kemakmuran pemegang saham menjadi sinyal positif bagi pasar dan dianggap mampu meningkatkan harga saham sehingga para investor tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Peningkatan harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cecilia *et al* (2015), Anindita dan Yulianti (2017) serta Marfuah dan Nindya (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Simpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa : 1) Variabel Lingkungan (LGK), Energi (ENG), Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja (KKK), Lain-Lain Tenaga Kerja (LTK), Produk (PDK), Keterlibatan Masyarakat (KMA), Umum (UMM) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2) Variabel Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran-saran yang dapat disampaikan oleh peneliti antara lain: 1) Meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial pada aspek yang bisa mendorong peningkatan nilai perusahaan. 2) Mengharapkan penambahan jumlah sampel pada penelitian selanjutnya. 3) Mengharapkan keterlibatan pihak lain dalam penentuan luas pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bahan pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, A. 2015. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kualitas Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial dan Dampaknya pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Wawasan Manajemen* 3(1): 15-31.
- Anindita, P. dan R. Yulianti. 2017. Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XX Jember*. 27-30 September.
- Brigham dan Houston. 2004. *Fundamentals of Financials Management. Tenth Edition. South Western*. Singapore. Terjemahan A. A. Yulianto. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Cecilia, S. Rambe, M.Z.B. Torong. 2015. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan

- Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia dan Singapura. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII Medan*. 16-19 September.
- Deegan, C. 2000. *Financial Accounting Theory*. Australia NSW: McGrawHill.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jogiyanto, H. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketiga. BPFE. Yogyakarta.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Marfuah, dan K.R. Nindya. 2017. Peran Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional dalam Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XX Jember*. 27-30 September.
- McWilliams, A. & Siegel, D. 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of The Firm Perspective. *The Academy of Management Review* 26(1): 117-127.
- Natanagara, D.M. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Subsektor Industri Semen, Keramik, Plastik dan Kimia. *Business Accounting Review*. 3(2): 271-280.
- Sartono, A. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta : BPFE.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Sujoko dan U. Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 9(1): 41-48.