



**JURNAL
AKUNTANSI DAN GOVERNANCE
ANDALAS**

Laman Jurnal : www.jaga.unand.ac.id
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas
ISSN (Print) 2442-2363 | ISSN (Online)



PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI)

Tatik Zulaika, Grasella Sihombing

Fakultas Ekonomi, Universitas Palangkaraya

Email Penulis Koresponden: tatikzlk19@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima: 13 Agustus 2019 Diterima revisian: 13 Januari 2020 Diterima publikasi: 20 Januari 2020 Kata Kunci: <i>Corporate Social Responsibility, Return on Equity), Return on Investment, Firm Value of the Company</i>	<i>This research purposes is to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and profitability as represented by Return on Equity (ROE) and Return on Investment (ROI) on the firm value. This research uses sample of SRI-KEHATI index in Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2012-2016 period. Based on purposive sampling method, the total of research sample are 19 companies with 5 year observation. This research is a quantitative research using multiple regression analysis method. In the practice, statistic test is preceded by classical assumption test. The result of research show that partially and simultaneously the effect of CSR and profitability as represented by ROE and ROI on value of company is positif and significant. The implications of the study provide an understanding that in operational activities the company should not only seek profit but also must pay attention to its social responsibilities, while also providing benefits to stakeholders because the company can</i>

maintain and generate a positive corporate image which in the long run can increase the firm value reflected by stock price movements.

1. PENDAHULUAN

Dalam menghadapi perdagangan bebas, perusahaan dituntut selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dan meningkatkan nilai perusahaan. Perdagangan bebas membantu masyarakat semakin mudah untuk memenuhi kebutuhannya dalam segala bidang, dan mendorong perkembangan dunia bisnis. Perkembangan dunia bisnis saat ini ditandai dengan semakin berkembangnya perusahaan di Indonesia. Hal ini sangat berpengaruh besar terhadap iklim bisnis di Indonesia. Namun disisi lain, hal ini akan menyebabkan terjadinya persaingan diantara pelaku bisnis. Persaingan bisnis yang ketat akan mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan operasionalnya demi mencapai keuntungan yang maksimal. Menurut Nahda dan Marjito (2011) ketika perusahaan semakin berkembang, maka pada saat itu pula tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi yang disebabkan adanya eksploitasi perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba yang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Oleh sebab itu, perusahaan tidak hanya dituntut dalam mencari keuntungan atau laba semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Konsep CSR yang pada dasarnya perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dan interaksinya terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*) dimana sejalan perkembangannya pemerintah juga berperan aktif dengan menerbitkan regulasi yang diatur dalam UU Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa semua perusahaan mewajibkan melaporkan tanggung jawab sosial nya dalam laporan tahunan bahkan sejak tahun 2008 yayasan KEHATI dan BEI telah meluncurkan indeks yang menggunakan tolak ukur prinsip keberlanjutan, keuangan , tata kelola dan kepedulian terhadap lingkungan dan ini akan menjadi *benchmark* bagi *stakeholders* untuk pengambilan keputusan.

Perusahaan tidak hanya mengacu pada tanggung jawab yang berorientasi pada *singlebottomline*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus melihat pada *triple bottom lines* yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada finansial namun juga

harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan paradigma dunia usaha untuk tidak semata-mata mencari keuntungan tetapi harus pula bersikap etis melalui kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk penciptaan investasi sosial. Kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan atau sering dikenal CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari kegiatan usaha dan dampak tersebut harus direduksi agar tidak membahayakan keselamatan masyarakat sekaligus tetap ramah terhadap iklim usaha.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga *competitor* (Kusumadilaga, 2010). *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup di *planet* ini (Nugroho, 2007 dalam Dahliadan Siregar, 2008). Banyak perusahaan yang menjadikan CSR sebagai bagian dari bisnis dengan mengembangkan program-program sosial yang dikemas secara menarik. Hal ini dapat menjadi investasi sosial bagi perusahaan. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), beasiswa, pengembangan komunitas dan sebagainya. Sehingga, perusahaan dituntut tidak hanya bertanggungjawab menghasilkan profit namun juga bertanggungjawab menghasilkan manfaat bagi masyarakat sekitar.

Melakukan kegiatan CSR selain memberikan manfaat kepada *stakeholders* juga diharapkan mampu memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan yaitu dengan mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta brand-image perusahaan yang menimbulkan citra positif perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai oleh perusahaan yang akan tercermin dari harga sahamnya karena penilaian investor terhadap suatu perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan.

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return On Investment*, *Return On Equity*, *Return On Common Stock Equity*, *Earning Per Share*, dan *Basic Earning Power* [(Lukman Syamsuddin, 2009:61-69), (Kasmir, 2016:199), dan (Hanafi dan Halim, 2016:160)].

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diproksikan dengan *return on equity* (ROE) dan *return on investment* (ROI). Laba atas ekuitas atau *return on equity*, atau ROE merupakan rasio keuangan yang dapat menunjukkan besarnya laba bersih yang diperoleh dari ekuitas yang dimiliki perusahaan. Semakin besar hasil ROE maka kinerja perusahaan semakin baik. Rasio yang meningkat menunjukkan bahwa kinerja manajemen meningkat dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih sehingga profitabilitas meningkat. Sehingga selain memperhatikan kinerja manajemen dalam mengelola investasi yang dimiliki perusahaan, investor juga memperhatikan kinerja manajemen yang mampu mengelola sumber dana pembiayaan secara efektif untuk menciptakan laba bersih. ROE menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh pemilik saham. Adanya pertumbuhan ROE menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor serta akan mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal Hermuningsih, 2013).

Return on Investment (ROI) merupakan rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasinya dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang

digunakan untuk menghasilkan keuntungan. Dalam melakukan penilaian kinerja perusahaan, laba akuntansi selalu menjadi fokus utama yang diperhatikan. Alat ukur finansial yang sering digunakan untuk mengukur tingkat laba adalah *Return on Investment* (ROI). Menurut Munawir (2000), analisis ROI dalam analisis rasio keuangan memiliki arti yang penting sebagai salah satu teknik analisis rasio keuangan yang bersifat menyeluruh (komprehensif). Nilai sebuah perusahaan itu sendiri merupakan acuan bagi para investor dalam melakukan investasi pada perusahaan karena penting bagi investor untuk melihat seberapa besar nilai perusahaan, yang nanti akan menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang masuk dalam indeks SRI- KEHATI pada tahun 2012-2016. Indeks SRI- KEHATI merupakan indeks yang dibentuk atas kerja sama antara Bursa Efek Indonesia dengan Yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI). Peneliti melakukan penelitian pada indeks SRI- KEHATI karena pada dasarnya perusahaan-perusahaan pada indeks SRI-KEHATI erat hubungannya dengan sosial dan lingkungan sekitar atau perusahaan yang memiliki hubungan baik dengan *stakeholders*, sehingga tidak jarang perusahaan ini melakukan pengungkapan CSR.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholders

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al.,2002 dalam Waryanti,2009).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010).

Berman, *et.al* dalam Solihin, 2009 mengkaitkan antara teori *stakeholder* dengan kinerja sosial dan kinerja keuangan. Teori ini mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Oleh karena itu perusahaan akan mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan karena adanya komitmen moral dari manajemen perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, komitmen moral ini akan mendorong perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan (yang memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan) di mana strategi perusahaan akan berpengaruh terhadap pencapaian keuangan perusahaan. Salah satu strategi yang dipilih perusahaan adalah publikasi *sustainability reporting* yang mempertimbangkan kepentingan *stakeholders*.

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan melalui program-program yang dikemas menarik dapat digunakan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mendongkrak *brand image* perusahaan, sehingga diharapkan citra perusahaan semakin baik dihadapan para *stakeholder* yang tentunya akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. (Gray *et.al*, 1995, dalam Nistantya, 2010). CSR mempengaruhi nilai perusahaan. CSR diharapkan mampu memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan dengan mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan peningkatan nilai perusahaan sehinggamempengaruhi penilaian investor. Kusumadilaga (2010) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Fahmi (2013; 293) Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan dipandang sebagai suatu kewajiban yang disetujui antara perusahaan dengan masyarakat, dimana masyarakat memberikan ijin kepada perusahaan untuk mengelola sumber daya alam danmanusia nya dalam menjalankan operasinya. Perusahaan yang menerapkan CSR tetap akan mendapatkan keuntungan positif yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang.

Salah satu model awal yang digunakan oleh perusahaan dalam menyusun CSR adalah mengadopsi metode akuntansi baru yang dinamakan *triple bottom line*. Elkington (dikutip dari

Hadianto, 2012) mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice*. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P”. Perusahaan harus mampu memenuhi kesejahteraan masyarakat (*people*), turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*), serta mengejar *profit*.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan pengaruh dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Brigham & Houston, 2006 dalam Kusumadilaga 2010). Analisis profitabilitas menekankan pada kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan kekayaan yang ada untuk menghasilkan laba selang periode tertentu yang diukur melalui rasio-rasio profitabilitas.

Pada penelitian ini profitabilitas perusahaan diproksikan dengan *rasio return on equity* (ROE) dan *return on investment* (ROI) yang diambil dari data keuangan perusahaan indeks Sri-Kehati yang menjadi objek penelitian, yang listing pada Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.

ROE yang sering disebut rentabilitas modal sendiri digunakan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* (ROE) atau rentabilitas modal merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik yang artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian sebaliknya (Kasmir, 2016;205).

Menurut Syamsuddin (2011:63), *return on investment* (ROI) atau yang sering juga disebut dengan “*Return on Total Assets*” merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan”. Menurut Simamora (2002:280) dalam Annisa et.al. (2014), “*Return on Investment* merupakan suatu persentase, dan apabila semakin tinggi (besar) persentasenya maka semakin baik. Berdasarkan pengertian tersebut *return on investment* et.al merupakan rasio yang menunjukkan pengembalian atas aktiva yang diinvestasikan oleh perusahaan dimana persentase yang semakin tinggi menunjukkan semakin baik keadaan suatu perusahaan.

ROI menunjukkan rasio laba setelah pajak terhadap total aktiva. Kasmir (2016;202) juga mengatakan hasil pengembalian investasi atau return on investment (ROI) atau return on assets merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan satu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Di samping itu, hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya, rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Penelitian ini menggunakan Tobin's Q sebagai variabel dari nilai perusahaan. Tobin's Q atau Q ratio atau Q teori adalah rasio atau teori yang pada tahun 1967 diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin. James Tobin adalah seorang ekonom Amerika yang sukses mendapatkan nobel dalam bidang ekonomi dengan hipotesisnya, nilai pasar dari suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktiva perusahaan tersebut sehingga terciptalah keadaan yang ekuilibrium (Hanafi,2013:31).

Tobin's Q juga menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan nilai kombinasi dari aktiva berwujud dengan aktiva tak berwujudnya. Nilai Tobin's Q untuk perusahaan yang rendah yaitu antara 0 sampai 1 menunjukkan bahwa biaya penggantian aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut yang berarti pasar menilai kurang perusahaan tersebut. Nilai Tobin's Q untuk perusahaan yang tinggi yaitu lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai aktiva perusahaan yang tercatat yang berarti masih ada beberapa aktiva perusahaan yang tidak terukur atau tercatat.

Perusahaan yang operasionalnya berlangsung dengan baik umumnya mempunyai nilai Tobin's Q di atas 1, yang berarti bahwa nilai pasar perusahaan lebih besar dari nilai buku total aset. Semakin tinggi nilai Tobin's Q perusahaan berarti semakin berhasil menciptakan nilai bagi pemegang saham. Tingginya nilai Tobin's Q juga mencerminkan kinerja pasar perusahaan semakin baik, dan hal ini mencerminkan bagaimana prospek perusahaan di masa yang akan datang, sehingga perusahaan akan lebih mudah untuk mendapatkan pendanaan dari pihak eksternal (Brigham dan Gapesky, 1996).

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini telah banyak dilakukan. Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu di antaranya:

1. Penelitian oleh Kusumadilaga (2010) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2006-2008, serta variabel *moderating* tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.
2. Penelitian oleh Ika Permanasari (2010) juga menyimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *variabel corporate social responsibility*. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional.
3. Penelitian oleh Fahrizal (2013) menunjukkan bahwa *return on assets* dan *investment opportunity set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *return on equity* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Penelitian oleh Triagustina, *et.al.* (2014), secara simultan menyatakan bahwa ROA dan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun secara parsial ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartanty (2013) membuktikan secara parsial bahwa struktur modal dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ROI berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan membuktikan bahwa struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ROI berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Penelitian oleh Timbuleng, *et.al.* (2015) bahwa hasil penelitian diketahui likuiditas, leverage NPM dan ROI berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
6. Penelitian oleh Ari Cahyanto, *et.al.* (2014) menghasilkan bahwa secara simultan ROE dan ROI berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan secara parsial ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Penelitian ini menggunakan CSR dan Profitabilitas (yang diproksikan dengan ROE dan ROI) sebagai variabel independen dan nilai perusahaan yang dihitung dengan Tobin's Q sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini tidak menggunakan variable moderasi.
2. Penelitian ini menggunakan standar GRI-G4 (*Global Reporting Inisiative*) untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang terdiri dari 91 item pengungkapan.
3. Penelitian ini menggunakan indeks SRI-KEHATI sebagai objek penelitian karena indeks ini berkaitan erat dengan kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan periode pengamatan tahun 2012 –2016.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel independen yang terdiri dari CSR (X1) dan Profitabilitas (X2) yang diproksikan dengan ROE (X2a) dan ROI (X2b) dan Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q (Y) sebagai variabel dependen, sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah :

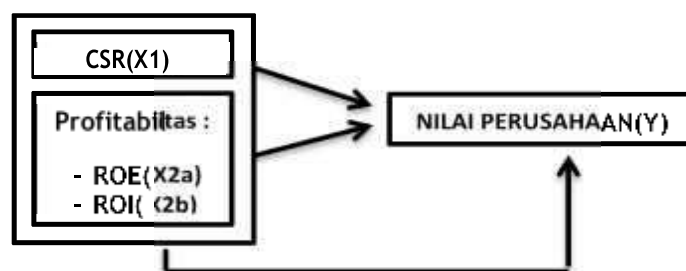
1. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. CSR adalah komitmen perusahaan yang berkelanjutan dalam pengembangan ekonomi dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan akan memperoleh keuntungan positif yaitu legitimasi yang berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan
Nurlala dan Islahudin (2018) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik diharapkan nilai perusahaan akan dinilai baik oleh investor.H1 : CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang diproksikan dengan ROE menunjukkan laba bersih yang diperoleh dari ekuitas dan ROI menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan investasinya. Peningkatan kedua rasio ini menunjukkan potensi peningkatan keuntungan perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan

Tandelilin, 2001:240 Salah satu indikator penting penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan adalah pertumbuhan profitabilitas perusahaan. H2a : Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H2b : Profitabilitas yang diproksikan dengan ROI berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. CSR melalui program-program nya dapat digunakan sebagai salah satu strategi yang dapat meningkatkan citra perusahaan dihadapan stakeholder yang tentunya akan berpengaruh terhadap profitabilitas melalui pergerakan saham di bursa. Hasil penelitian Rimba Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderating. H3 : CSR dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hipotesis tersebut dapat dijadikan kerangka pemikiran teoritis dalam Gambar 1 sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah laporan keuangan, laporan tahunan (*annual report*), laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*), data item pengungkapan CSR menurut GRI-

G4 serta data penutupan harga saham emiten yang termasuk dalam indeks SRI-KEHATI. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dalam periode pengamatan antara tahun 2012-2016 yang diperoleh dari situs resmi seperti :Bursa Efek Indonesia(www.idx.co.id),Yahoo Finance (www.finance.yahoo.com), Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org) serta situs-situs resmi perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang *listing* dan aktif di pasar modal atau Bursa Efek Indonesia (BEI) yang pernah terdaftar dalam kelompok saham indeks SRI-KEHATI selama periode penelitian yaitu tahun 2012- 2016.

Kelompok saham indeks SRI-KEHATI ditinjau dua kali dalam setahun dan terdiri dari 25 emiten yang menjadi konstituante indeks SRI- KEHATI. Oleh karena itu dilakukan pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, dengan mendasarkan pada kriteria berikut :

1. Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi konstituen indeks SRI-KEHATI selama periode penelitian 2012-2016.
2. Perusahaan secara konsisten menerbitkan *annual report* dan ataupun *sustainability report* serta laporan keuangan selama periode penelitian tahun 2012-2016.
3. Perusahaan secara konsisten masuk ke dalam indeks saham SRI-KEHATI selama periode pengamatan tahun 2012 –2016.

Berdasarkan kriteria sampel diatas, maka terdapat sebanyak 19 perusahaan yang sesuai dengan kriterianya dapat dilihat pada table 1 berikut :

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menjadi konstituen indeks SRI- KEHATI selama periode penelitian 2012-2016.	40
2	Perusahaan tidak secara konsisten menerbitkan <i>annual report</i> dan ataupun <i>sustainability report</i> serta laporan keuangan selama periode penelitian tahun 2012-2016.	(0)

3	Perusahaan tidak secara konsisten masuk ke dalam indeks saham SRI-KEHATI selama periode pengamatan tahun 2012 – 2016.	(21)
Total Sampel		19

Definisi Operasional Variable

Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)

Pengungkapan CSR (CSRDI) yang disimbolkan dengan (X1) adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan keuangan maupun pada laporan berkelanjutan yang mengacu pada standar GRI-G4 (*Global Reporting Initiative*) dengan jumlah item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari 91 item (www.globalreporting.org) yang berfokus pada 3 indikator pengungkapan, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Perhitungan CSR dilakukan dengan menggunakan *variabel dummy*, yaitu:

Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar indikator pengungkapan CSR berdasarkan GRI-G4

Haniffa *et.al.* dalam Sayekti dan Wondabio (2007), menyatakan bahwa rumus perhitungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah CSRDI, dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI_j : *CSR Disclosure Indeks* Perusahaan j

N_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j = 91

X_{ij} : *dummy* variabel ; 1 = jika item *i* diungkapkan; 0 = jika item *i* tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 \leq CSRDI_j \leq$

Profitabilitas

Profitabilitas sebagai variabel independen dalam penelitian ini diproksikan dengan ROE yang disimbolkan dengan (X2a) dan ROI yang disimbolkan dengan (X2b). Profitabilitas adalah ROE dan ROI yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang tergolong indeks SRI- KEHATI, selama periode penelitian.

ROE merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu dan ROE dapat dihitung dengan formula sebagai berikut (Martono dan Harjito, 2010):

$$R = \frac{L}{T} \frac{B}{E} \frac{(N \ P)}{E} \times 1\%$$

ROI merupakan rasio yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasinya dalam menghasilkan keuntungan. ROI dapat dihitung dengan formula sebagai berikut : (Martono dan Harjito, 2010):

$$R = \frac{E}{T} \frac{A}{A} \frac{T}{A} \times 1 \%$$

Nilai Perusahaan

Variabel dependen dalam penelitian adalah nilai perusahaan yang disimbolkan dengan (Y) dan diproksikan dengan rasio Tobin's Q. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Herawaty, 2008).

Menurut Alghifari, *et.al.* (2013) menyebutkan bahwa nilai perusahaan diukur melalui Tobin's Q, yang diformulasikan dengan satuan persentase sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVS} + \text{D}}{\text{TA}}$$

Keterangan :

Tobin's Q = nilai perusahaan

MVS (Market Value Shares) = closing price x jumlah saham beredar

D (Debt) = Total Hutang

TA = Total Assets

Metode Analisa

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2006:19). Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan indeks SRI-KEHATI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean* dan standar deviasi.

Tujuan dari uji asumsi klasik untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten yang artinya pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk melakukan uji asumsi klasik atas data sekunder ini, maka peneliti melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model persamaan regresi berganda. Model ini digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier. Persamaan regresi linier berganda yang diinterpretasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{ROI} + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = *Intercept* atau konstanta

β = Koefisien regresi

CSR = Corporate Social Responsibility

ROE = Return on equity

ROI = Return on investment

ϵ = Error term

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji koefisien determinan *Adjusted R Square* (Adj R²), uji F, dan uji t.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan jumlah sampel pada penelitian yaitu 19 perusahaan selama periode pengamatan tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Data penelitian sebanyak 95 data (19 perusahaan selama 5 tahun pengamatan). Adapun nama-nama perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian disajikan dalam Tabel 2 berikut :

Tabel 1
Konstituen Indeks SRI-KEHATI yang Menjadi Sampel Periode 2012-2016

N0	KODE	PERUSAHAAN
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk
2	ADHI	PT. Astra Agro Lestari Tbk
3	ANTM	PT. Aneka Tambang Tbk
4	ASII	PT. Astra International Tbk
5	BBNI	PT. Bank Negara Indonesia Tbk
6	BBRI	PT. Bank Republik Indonesia Tbk
7	BDMN	PT. Bank Danamon Indonesia Tbk
8	BMRI	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk
9	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
10	JSMR	PT. Jasa Marga Tbk
11	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
12	PGAS	PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
13	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk
14	SMGR	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk
15	TINS	PT. Timah Tbk
16	TLKM	PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
17	UNTR	PT. United Tractors Tbk
18	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
19	WIKA	PT. Wijaya Karya (Persero) Tbk

Sumber : Data Olah dari Bursa Efek Indonesia, 2018

Analisis dan Hasil Uji

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel-variabel penelitian seperti pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR), *return on equity* (ROE), *return in investment* (ROI) dan nilai perusahaan (TOBINSQ). Statistik deskriptif untuk variabel-variabel penelitian tersebut dapat kita lihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2
Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	95	9.89	97.80	42.9615	21.72516
ROE	95	-7.87	135.85	21.9680	26.02042
ROI	95	-4.75	71.51	9.5552	10.87341
TOBINS Q	95	64.52	2771.77	275.2242	421.74131
Valid N (listwise)	95				

Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Tabel 2 menggambarkan deskripsi variabel- variabel secara statistik dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari suatu rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, mean (rata-rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data. Semakin rendah nilai standar deviasi (SD) maka nilai data mendekati *mean* ($mean < SD$) yang artinya data stabil atau semakin rendah tingkat penyimpangan dan sebaliknya jika nilai *mean* lebih besar dari nilai SD maka data tidak stabil atau terjadi penyimpangan (Priyatmono, 2010). Tabel 4 menunjukkan deskriptif variabel penelitian dengan jumlah data setiap variabel yang valid sebanyak 95 data.

Berdasarkan tabel 3 rata-rata skor pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sampel adalah sebesar 42,9615% dengan standar deviasi (SD) sebesar 21,72516% yang artinya jarak atau rentang variasi pengungkapan CSR data satu dengan yang lainnya sebesar 21,72516%, sehingga dapat diartikan bahwa nilai SD lebih kecil dari nilai rata-rata, yang artinya nilai rata-rata pengungkapan CSR memiliki tingkat penyimpangan atau data tidak stabil. Rata-rata skor pengungkapan CSR yang kecil ini diduga disebabkan beberapa kemungkinan. Perusahaan masih mengungkapkan CSR secara sederhana dalam *annual report*, karena item CSR yang diungkapkan selama ini masih bersifat sukarela. Sehingga, banyak perusahaan yang melaporkan aktivitas tanggung jawab sosialnya hanya sebagai bagian dari laporan tahunan, bukan dalam bentuk *sustainability reporting*. Di samping itu, karena penelitian ini menggunakan indeks atau kelompok saham yang bidang usaha atau aktivitas perusahaan yang berbeda-beda. Nilai maksimum pengungkapan CSR yaitu 97,80% yang merupakan pengungkapan CSR dari PT. Tambang Batubara Bukit Asam, Tbk (PTBA) pada

tahun 2015. Hal ini disebabkan karena aktivitas PTBA secara langsung berkenaan dengan lingkungan dan masyarakat. Dan nilai pengungkapan CSR terendah (minimum) sebesar 9,89% yaitu pada PT. Bank Republik Indonesia (BBRI) pada tahun 2016. Hal ini disebabkan karena perusahaan dengan bidang usaha perbankan atau keuangan, pengungkapan CSR lebih berfokus pada sektor keuangan.

Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE (*return on equity*) mempunyai nilai minimum sebesar -7,87 % yang merupakan nilai ROE dari PT. Aneka Tambang, Tbk (ANTM) tahun 2015, karena pada tahun ini perusahaan mengalami kerugian. Nilai ROE tertinggi (maksimum) sebesar 135,85% yang merupakan ROE dari PT. Unilever Indonesia, Tbk (UNVR). *Mean* (rata-rata) ROE adalah 21,9680% dengan SD sebesar 26,02042%. Hal ini menunjukkan nilai rata-rata lebih kecil dari nilai SD yang artinya tingkat penyimpangan data lebih kecil atau data stabil.

Profitabilitas yang diproksikan dengan ROI (*return on investment*) mempunyai nilai minimum sebesar -4,75% yang merupakan nilai ROI dari PT. Aneka Tambang, Tbk (ANTM) tahun 2015, hal ini disebabkan karena pada tahun 2015 ANTM mengalami kerugian sehingga tingkat investasinya pun mengalami penurunan. Dan nilai maksimum sebesar 71,51% yang merupakan ROI dari PT. Unilever Indonesia, Tbk (UNVR). *Mean* (rata-rata) ROI adalah 9,5552 dengan SD sebesar 10,87341. Hal ini berarti nilai rata-rata lebih kecil dari nilai SD yang artinya tingkat penyimpangan data lebih kecil atau data stabil.

Nilai perusahaan (Tobins Q) mempunyai nilai minimum sebesar 64,52% yaitu pada PT. Aneka Tambang, Tbk (ANTM) tahun 2015 hal ini disebabkan karena pada tahun 2015 ANTM mengalami kerugian yang berdampak pada penurunan harga saham dan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan dan nilai maksimum 2771,77% yang merupakan nilai dari PT. Unilever Indonesia, Tbk (UNVR). Peningkatan nilai Tobins dari UNVR didukung oleh semakin meningkatnya harga saham setiap tahunnya selama periode pengamatan. *Mean* (rata-rata) Tobins Q adalah 275,2242% dengan SD sebesar 421,74131%. Hal ini berarti nilai rata-rata lebih kecil dari nilai SD yang artinya tingkat penyimpangan data lebih kecil atau data stabil.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* dengan dasar penarikan kesimpulan adalah data dikatakan berdistribusi normal apabila *asymptotic significance* lebih besar dari 0,050. Hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* dapat dilihat dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	141.15297610
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.076
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066 ^c

Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 3 menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,088 dengan tingkat asymptotic significance sebesar 0,066. Karena nilai α lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

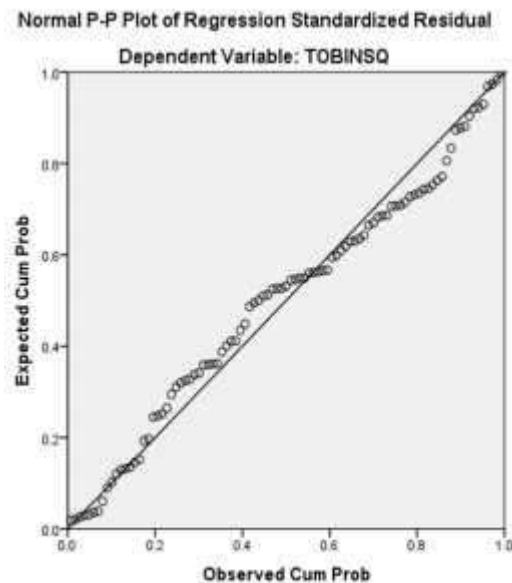
Hasil ini juga didukung dengan grafik normal P-Plot (Normal Probability Plot) menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yaitu pada grafik terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya ada di sekitar garis diagonal atau pola mengikuti arah garis diagonal yang ditunjukkan pada gambar 2.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel

bebas. Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolonieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Syarat bebas uji multikolonieritas adalah jika nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali,2009).

Gambar 2
Grafik Normal P-Plot



Sumber :Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Hasil uji multikolonieritas pada tabel 4 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* ≥ 0.1 atau nilai VIF ≤ 10 . Dengan demikian kedua variabel independen (pengungkapan CSR dan profitabilitas yang diproksikan dengan ROE dan ROI) dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan (TobinsQ).

Tabel 4
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.968	1.033
	ROE	.237	4.220
	ROI	.240	4.173

a. Dependent Variable: TOBINSQ

Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian diuji dengan Durbin-Watson (DW-test) dengan nilai hasil regresi dengan level of significance 0,05 ($\alpha=0,05$). Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel independen dengan 95 data pengamatan sehingga diperoleh $k = 3$, dan $n = 95$. Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan $k = 3$, $n = 95$ diperoleh DL (batas bawah) = 1,6015 dan DU (batas atas) = 1,7316, sehingga $4 - DL = 4 - 1,6015 = 2,3985$ dan $4 - DU = 4 - 1,7316 = 2,2684$. Interval pengujian Durbin Watson akan dijelaskan dalam tabel 5 berikut:

Tabel 5
Interval Pengujian Durbin Watson

Interval	Nilai	Keterangan
$0 < DW < DL$	$0 < DW < 1,6015$	Terdapat autokorelasi Positif
$DL < DW < DU$	$1,6015 < DW < 1,7316$	Tidak ada kesimpulan
$DU < DW < 4 - DU$	$1,7316 < DW < 2,2684$	Tidak Terdapat Autokorelasi Positif
$4 - DU < DW < 4 - DL$	$2,2684 < DW < 2,3985$	Tidak ada kesimpulan
$4 - DL < DW < 4$	$2,3985 < DW < 4$	Terdapat Autokorelasi Positif

Sumber: Imam Ghozali. (2011 :101)

Tabel 6
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.742 ^a	.550	.535	288.77966	1.609
a. Predictors: (Constant), ROI, CSR, ROE					
b. Dependent Variable: TOBINSQ					

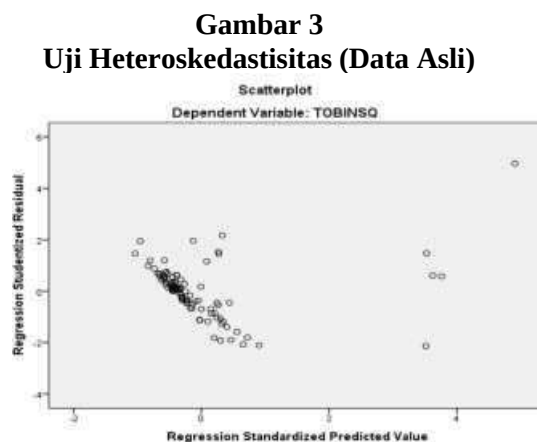
Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Dari tabel 6 menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,609, dengan demikian nilai DW berada diantara DL dan DU atau berada di interval $DL < DW < DU$ (tabel 5). Dengan demikian bahwa model regresi tidak dapat diketahui apakah terjadi autokorelasi atau tidak. Namun menurut Santoso (2010:215), untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson. Regresi yang bebas dari autokorelasi memiliki nilai Durbin-Watson diantara -2 sampai +2. Sehingga berdasarkan tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji autokorelasi pada nilai Durbin-Watson adalah 1,609 dan nilai yang dihasilkan

tersebut berada diantara angka -2 dan +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED*. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastis. Sebaliknya jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3 berikut:



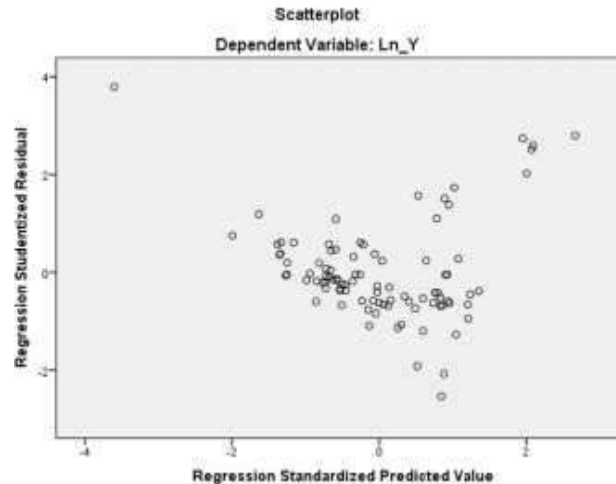
Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Berdasarkan gambar 3 *scatter plot* tersebut titik – titik membentuk pola menyempit disekitar angka nol, sehingga dengan demikian hasil ini menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil tersebut maka uji heteroskedastisitas dilakukan transformasi ke bentuk *logaritma natural* untuk masing – masing variabel dependen maupun variabel independen. Setelah dilakukan transformasi ke bentuk *logaritma natural* maka diketahui titik-titik yang terbentuk menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hasil ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan

memprediksi nilai perusahaan berdasarkan masukan variabel independen pengungkapan CSR, ROE dan ROI. Hasil setelah ditransformasi ditunjukkan pada gambar 4 sebagai berikut :

Gambar 4
Uji Heteroskedastisitas (Data Transformasi)



Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Hasil Pengujian Hipotesis

Analisis data dengan menggunakan pengujian regresi linier berganda untuk mengetahui secara serempak dan secara parsial antara pengungkapan CSR, dan profitabilitas (yang diproksikan dengan ROE dan ROI) terhadap nilai perusahaan (TOBINSQ). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan tiga metode, yakni metode berdasarkan uji t statistik, uji F statistik dan koefisien determinasi untuk menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan sebesar nilai signifikansi 5% (0,05) diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{ROI} + \epsilon$$

Analisis regresi yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik yang dilakukan adalah:

Uji Koefisien Determinasi ($\text{Adjusted } R^2$)

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square*. Nilai *adjusted R Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Hasil uji Adj R^2 dalam

penelitian dimuat dalam tabel 7 berikut:

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi Adj R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.742 ^a	.550	.535	288.77966	1.609
a. Predictors: (Constant), ROI, CSR, ROE					
b. Dependent Variable: TOBINSQ					

Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Dari tabel 7 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,535. Hal ini berarti bahwa 53,5% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu pengungkapan CSR dan profitabilitas (yang diproksikan dengan ROE dan ROI), sedangkan sisanya sebesar 46,5% (100% - 53,5%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual/parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji t dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 8 berikut :

Tabel 8
Uji Signifikansi Parsial (Statistik t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig .
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-159.535	37.520		-4.252	.000
	CSR	1.836	.692	.095	2.653	.009
	ROE	9.811	1.168	.605	8.399	.000
	ROI	14.687	2.780	.379	5.284	.000

Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Dari tabel 8 di atas menunjukkan bahwa koefisien model regresi memiliki nilai konstanta sebesar -159,535 dengan nilai t hitung -4,252 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Konstanta sebesar - 159,535 menandakan bahwa jika variabel independen konstan maka rata-rata nilai perusahaan adalah sebesar-159,535.

Pengungkapan CSR mempunyai t hitung sebesar 2,653 dengan probabilitas signifikans adalah 0,009 dan nilai beta yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,95. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di bawah 0,05. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Sehingga dengan demikian H1 terdukung. Hasil penelitian ini konsisten mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) dan Permanasari, Wien, Ika (2010) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin baik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan teori dan pendapat Fahmi (2013;293) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Perusahaan yang menerapkan CSR tetap akan mendapatkan keuntungan positif yaitu mendapatkan legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak meningkatnya keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang. Hal ini lah yang menjadi manfaat bagi perusahaan yaitu dengan semakin meningkatnya pengungkapan CSR maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Didukung juga dengan teori dan pendapat Matthew Brine (2008) dalam Ika Permanasari (2010) bahwa *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja keuangan. Hal ini dikarenakan dalam pengambilan keputusan, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai masalah sosial dan lingkungan jika perusahaan ingin memaksimalkan hasil keuangan jangka panjang yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan

ROE mempunyai t hitung sebesar 8,399 dengan probabilitas signifikansi 0,000 dan nilai beta yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,605. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di bawah 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROE mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis H2a terdukung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Ari Cahyanto, *et.al.* (2014) yang menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa manajemen perusahaan berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan karena semakin tinggi nilai ROE maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan ROE yang tinggi juga menunjukkan bahwa perusahaan dikelola

dengan efisien dan efektif. *Return on Equity* (ROE) juga diasumsikan sebagai informasi yang positif bagi investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini akan mendorong peningkatan harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan juga naik. Artinya meningkatnya *Return on Equity* (ROE) perusahaan akan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Fahrizal (2013) menyatakan bahwa ROE berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta Sasongko dan Wulandari (2006) juga menyatakan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

ROI mempunyai t hitung sebesar 5,284 dengan probabilitas signifikansi 0,000 dan nilai beta yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,379. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di bawah 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROI mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hal ini berarti hipotesis H2b terdukung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Hartanty (2013) yang menyatakan bahwa ROI berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Fahmi (2011) dalam Hartanty (2013) profitabilitas merupakan indikator untuk mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas maka dapat menggambarkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Pada penelitian ini rasio dengan menggunakan *Return on Investment* (ROI) atau pengembalian investasi maka dapat membuktikan bahwa semakin tinggi nilai ROI perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. *Return on Investment* (ROI) juga diasumsikan sebagai informasi yang positif bagi investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini akan mendorong peningkatan harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan juga naik. Artinya meningkatnya tingkat *Return on Investment* (ROI) maka perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Tingginya tingkat ROI menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari prospek pertumbuhan investasi perusahaan dan prospek perusahaan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh manajemen dan investor serta kreditur ataupun pihak lain. Akan

tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Timbuleng, *et.al.* (2015) bahwa hasil penelitian diketahui likuiditas, NPM dan ROI berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Sehingga berdasarkan tabel 4.8 di atas, maka dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -159,535 + 1,836 \text{ CSR} + 9,811 \text{ ROE} + 14,687 \text{ ROI} + 37,520$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan (TOBINS Q)
 CSR= *Corporate Social Responsibility*
 ROE= *Return on Equity*
 ROI= *Return on Investment*

Uji Signifikansi Simultan (Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen. Berikut ini adalah tabel 10 yang menunjukkan hasil uji statistik F.

Tabel 9
Uji Signifikansi Simultan (Statistik F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	14846507.370	3	4948835.789	240.456	.000 ^b
Residual	1872871.290	91	20581.003		
Total	16719378.660	94			
a. Dependent Variable: TOBINSQ					
b. Predictors: (Constant), ROI, CSR, ROE					

Sumber : Data sekunder diolah SPSS 24, 2018

Tabel 9 di atas menunjukkan hasil uji statistik F dengan nilai F hitung sebesar 240,456 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), dan profitabilitas yang diproksikan dengan *return on equity* (ROE), dan return on investmen (ROI) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dengan demikian hipotesis H3 terdukung.

Hasil uji signifikansi secara simultan ini didukung dengan teori dan pendapat Herremans (1993) dalam Nistantya (2010), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara CSR dan profitabilitas yaitu : (a) Pokok pikiran yang menggambarkan kebijakan konvensional, berpendapat bahwa terdapat biaya tambahan yang signifikan dan akan menghilangkan peluang

perolehan laba untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, sehingga akan menurunkan profitabilitas, (b) biaya tambahan khusus untuk melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan dampak sentral terhadap profitabilitas. Hal ini disebabkan tambahan biaya yang dikeluarkan akan ditutupi keuntungan efisiensi yang ditimbulkan oleh pengeluaran biaya tersebut, (c) Pokok pikiran yang memprediksi bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas.

Perusahaan melakukan kegiatan tanggungjawab sosial sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Perusahaan menyadari bahwa aktivitas operasional perusahaan dapat memberikan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Namun meskipun perusahaan mengeluarkan biaya untuk program CSR akan ditutupi oleh keuntungan (*profit*) yang akan diterima perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang tentunya dapat mendongkrak reputasi atau nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas (yang diproksikan dengan ROE dan ROI) terhadap nilai perusahaan. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI.
2. Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *return on equity* (ROE) dan *return on investment* (ROI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI.
3. Variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas (yang diproksikan dengan *return on equity* (ROE) dan *return on investment* (ROI)) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan- keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari indeks SRI-KEHATI periode 2012 – 2016, sehingga dirasa belum mencerminkan keadaan pasar modal secara keseluruhan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan pengungkapan CSR dan Profitabilitas yang di proksikan dengan ROE dan ROI sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
3. Periode pengamatan terbatas yaitu hanya 5 tahun (Periode 2012-2016) sehingga sampel yang dihasilkan dirasa belum mewakili keseluruhan keadaan perusahaan. Keterbatasan ini terjadi karena sulitnya peneliti dalam memperoleh data pengungkapan CSR yang dipublikasikan dalam situs internet maupun dalam situs resmi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut. Pertama, dengan menambah jumlah sampel penelitian dan melibatkan sektor lain agar menghasilkan cakupan kesimpulan yang lebih luas. Kedua, penelitian selanjutnya dapat diganti dengan proksi lain ataupun ditambah dengan variabel lain seperti tingkat likuiditas, *investment opportunity set* (IOS), *leverage*, struktur modal dan lain sebagainya. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat menggunakan rentang periode penelitian yang lebih lama agar dapat memprediksi hasil penelitian jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, S T, Riharjono, Y Juhaeni. 2013. “Effect of Return on Assets (ROA) Against Tobin's Q: Studies in Food and Beverage Company in Indonesia Stock Exchange Years 2007-2011”. *International Journal Of Science and Research (IJSR)*. Vol2.
- Annisa, Nur Rachma. 2014. “Analisis *Return on Investment* (ROI) dan *Residual Income* (RI) untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan.: Studi Pada PT Mayora Indah, Tbk yang *Listing* di BEI Periode 2010-2013”. Malang : *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 13, No. 2.
- Ari Cahyanto, Setiawan, Darminto, dan Topowijono. 2014. “Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Studi pada Perusahaan Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010- 201”. Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 11 No1.
- Brigham, Eugene F dan Joel F. Houston. 2006. “Dasar-Dasar Manajemen Keuangan”. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Dahlia, D. 2008. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. *Skripsi*. Program S1 Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fahmi, Ismail. 2013. “Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi”. Bandung: Alfabeta.
- Fahrizal, Helmy. 2013. “Pengaruh ROA, ROE dan IOS Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Jenis *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI”.

- Skripsi* : FEB. Akuntansi, Universitas Hidayataullah Jakarta.
- Ghozali, I. 2006. "Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS (Edisi 4)". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mahmud M. 2013. "Analisis Laporan Keuangan". Yogyakarta : UPPAMP-YKPN.
- Hanafi dan Halim. 2016. "Analisis Laporan Keuangan (Edisi 5)". Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Hartanty, Ellya. 2013. "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Return on Invesment (ROI) terhadap Nilai Perusahaan Periode 2008-2012" Tanjungpinang: Jurnal Umrah (Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Herawaty, V. 2008. "Peran Praktek *Corporate Governance* sebagai *Moderating Variabel* dari Pengaruh *Earnings Management* terhadap Nilai Perusahaan". Pontianak. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Hermuningsih, Sri. 2013. "Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Sruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia". Yogyakarta. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan.
- Kasmir. 2016. "Analisis Laporan Keuangan". Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai *Variabel Moderating*: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Program Sarjana Reguler II, Universitas Diponegoro.
- Lukman Syamsudin. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Luthfi, Hadianto, Muhammad. 2013. "Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhdap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Pemoderasi : Studi Empiris pada Perudahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI 2008-2011). *Skripsi*. FE. Ekonomi dan Bisnis Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Martono., & D. Agus Harjito. 2010. "Manajemen Keuangan". Yogyakarta: EKONISIA.
- Munawir S. 2000. "Analisa Laporan Keuangan". Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Nahda, K., & Harjito, D. A. 2011. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol 15, No.1, Hal 1-12.
- Nistantya, Dewa Sanchhya. 2010. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Kasus pada Perusahaan Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2009" *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating" Pontianak: Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Permanasari, Wien Ika. 2010. "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Priyatmono, Duwi. 2010. "SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis". Yogyakarta : Start Up.
- Santoso, Singgih. (2009). Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex media Komputindo.
- Sasongko, N Wulandari. 2006. Jurnal Empirika. Academia. Edu
- Sayekti, Y. dan L. S. Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap *Earning Response Coefficient*". Simposium Nasional Akuntansi

X. Makassar.

Solihin, Ismail. 2009. "Manajemen Strategik". Bandung: Penerbit Erlangga.

Syamsuddin. 2009. Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Timbuleng, et.al. 2015. "Pengaruh Faktor Likuiditas, Leverage, NPM Dan ROI Terhadap Nilai Perusahaan". Manado. Jurnal EMBA. Vol. 3 No. 2

Triagustina, et.al. 2014. "Pengaruh Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Tardaftar di BEI Periode 2010-2012". Bandung Prosiding Sivitas Akademika Unisba (Sosial dan Humaniora).

Waryanti, 2009. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia". Skripsi. S1 Akuntansi UNDIP