

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2013 DAN 2014)**

THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ON FIRM VALUES (EMPIRICAL STUDY ON MANUFACTURING COMPANIES LISTED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD OF 2013 AND 2014)

Oleh: **Nindri Hastuti**

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
nindri.hastuti26@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (2) pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (3) pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (4) pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (5) pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (6) pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, dan (7) pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2013 dan 2014. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 277 perusahaan yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (2) Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (3) Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (4) Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (5) Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (6) Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, dan (7) Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan nilai F hitung > F tabel yaitu $26,444 > 3,700$. Persamaan regresinya $Y = -0,586 + 3,810X1 - 3,544X2 + 0,775X3 - 2,303X4 + 5,558X5 + 0,126X6$.

Kata Kunci: Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR, Nilai Perusahaan Manufaktur.

Abstract

This study aims to know: (1) the influence of Economic Dimension in CSR to Value Manufacturing Company, (2) the influence of Environmental Dimension in CSR to Value Manufacturing Company, (3) the influence of Employee Dimensions in CSR to Value Manufacturing Company, (4) the influence Human Rights Dimension in CSR to Value Manufacturing company, (5) the influence of the Social Dimension in CSR to Value Manufacturing company, (6) the influence of Product Dimension in CSR to Value Manufacturing company, and (7) the simultaneous influence of Economic Dimension, Environment, Employee, Human Rights, Social and Products in CSR to the Value of Manufacturing. The population of this study is manufacturing companies listed on the Stock

Exchange in 2013 and 2014. The number of the sample which are use used in this study are 277 corporations taken by using purposive sampling method. The results of this study indicate that: (1) The Economic Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing (2) Environmental Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing (3) Employee Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing (4) The Human Rights Dimension in CSR has negative and not significant effect on the value of Manufacturing (5) Social Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing (6) Product Dimensions in CSR has negative and not significant effect on the value of Manufacturing, and (7) the Economic Dimension, Environment, Employee, Human Rights, Social and Products in CSR simultaneously affected on the Value of Manufacturing, indicated by $F > F$ table is $26,444 > 3,700$. The regression equation $Y = -0.586 + 3,810X1 - 3,544X2 + 0,775X3 - 2,303X4 + 5,558X5 + 0,126X6$.

Keywords: Economic Dimension, Environment, Employee, Human Rights, Social and Products in CSR, Value Manufacturing Company.

PENDAHULUAN

Era globalisasi ditandai dengan banyaknya perusahaan yang mulai mengembangkan usahanya, diantaranya adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur mengalami proses yang panjang mulai dari mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan yang nantinya akan menunjukkan baik atau tidaknya perusahaan tersebut di masa mendatang. Hal ini dapat menjadi acuan bagi para pemegang saham untuk menempatkan modalnya di perusahaan tersebut.

Naik turunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi, dianggap dapat mensejahterakan pemegang saham, dan hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Harga saham perusahaan manufaktur berfluktuasi setiap tahunnya. Ketidakstabilan harga saham sangat menyulitkan investor dalam melakukan investasi. Investor tidak sembarangan dalam melakukan investasi atas dana yang dimilikinya, terlebih dahulu mereka harus mempertimbangkan berbagai informasi.

Terjadinya penurunan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh turunnya harga saham perusahaan dapat dilihat dari kasus-kasus dalam perusahaan. Contohnya kasus yang menyebabkan penurunan harga saham terdapat pada lima saham yang sempat membuai pelaku pasar karena harga sahamnya naik dan turun secara signifikan pada tahun 2011-2013. Lima perusahaan tersebut yaitu: PT. Garda Tujuh Buana Tbk (GTBO), PT. Bumi Resources Tbk (BUMI), PT. Krakatau Steel Tbk (KRAS), PT. Bakrieland Development Tbk (ELTY), dan PT. Garuda Indonesia (GIAA). Penurunan harga saham tersebut dikarenakan adanya masalah dalam laporan keuangan terutama mengenai kepemilikan

saham dan tata kelola perusahaan yang kurang baik dimana CSR merupakan salah satu faktor yang menunjukkan baik atau tidaknya tata kelola perusahaan tersebut.

(www.liputan6.com)

Terjadinya pergerakan saham perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kondisi perusahaan, kondisi ekonomi dan sosial, politik negara, serta budaya masyarakat (Widiatmojo, 2009:84). Dengan demikian, muncullah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga para investor menjadikan informasi kinerja perusahaan dalam bidang sosial dan lingkungan sebagai salah satu bahan pertimbangannya untuk melakukan investasi pada saham perusahaan yang bersangkutan. Selain informasi kinerja keuangan perusahaan, salah satu informasi yang juga dipublikasikan perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di dalam laporan tahunan perusahaan sebagai bentuk komitmen bisnis perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap aktivitas lingkungan, sosial dan masyarakat. Informasi CSR perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki aktivitas pengelolaan yang baik. Perusahaan yang tidak menjalankan CSR dengan baik, dapat terancam keberlangsungan bisnisnya. Contohnya

adalah pencemaran air yang mengancam sungai dan anak sungai di Kalimantan Selatan akibat pembukaan kolam penampungan limbah tambang batu bara milik perusahaan-perusahaan swasta. Perusahaan-perusahaan tambang ini melakukan aktivitas pertambangan di sepanjang kawasan Tanah Laut hingga Kota Baru di Kalimantan Selatan. Di daerah Tanjung Alam Jaya, air asam dari kolam-kolam penampungan limbah tambang terbengkalai hingga menimbulkan kebocoran yang mengarah ke sungai kecil milik masyarakat. Disebutkan, pH air ini 3,74 di bawah batas standar asam, sehingga sungai kecil tersebut mengalir melewati kebun milik masyarakat yang ditanami singkong, pisang dan tanaman lainnya. Selain itu, sungai ini juga digunakan masyarakat untuk mandi dan memasak air. Hal ini dapat menimbulkan kerugian masyarakat sekitar dan dapat mengancam keberadaan

perusahaan. (<http://news.metrotvnews.com>)

Kasus di atas terjadi karena kurangnya aktivitas CSR perusahaan. Dengan adanya masalah dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, perusahaan dapat mengalami kerugian besar dan berdampak pada penurunan laba perusahaan serta para investor yang bersangkutan pun akan turut mengalami kerugian. Oleh karena itu kegiatan CSR dan pengungkapannya akan menjadi salah satu

hal yang mendukung perusahaan untuk mendapat citra baik di mata masyarakat sekitar. Perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunannya akan mendapat sinyal baik bagi para *stakeholder* bahwa perusahaan tersebut layak dipilih sebagai tempat berinvestasi.

Stakeholder tersebut percaya bahwa cara terbaik dalam memperoleh keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan yang berarti meningkatkan kekayaan *stakeholder* adalah dengan mengembangkan karyawan yang berkompeten dan loyal pada perusahaan serta menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen pada harga yang paling kompetitif (Satyanugraha, 2007:125). Selain itu tekanan publik agar perusahaan Indonesia memberi perhatian serius mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) semakin meningkat ditambah dengan adanya peraturan pemerintah yang membahas CSR diantaranya adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang berkaitan dengan CSR, pemerintah Indonesia berusaha untuk mengatur kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan atau penanam modal. Sehingga tidak ada lagi perdebatan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009). CSR merupakan suatu konsep dari gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab kondisi keuangannya saja tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada konsep triple bottom lines yang terdiri dari *profit*, *people*, dan *planet* (Rustiarini, 2010). Tiga prinsip tersebut memiliki arti yaitu tujuan dari bisnis tidak hanya semata-mata mencari laba (*profit*), tetapi juga turut mensejahterakan masyarakat (*people*) dan menjamin kelangsungan hidup (*planet*). Oleh karena itu, perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan dan keuntungan belaka, tetapi

harus mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, praktek perburuhan/ tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/ sosial, dan keamanan produk yang dihasilkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan enam indikator pengungkapan yaitu : dimensi ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk dalam CSR dengan mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Penelitian ini mengacu pada penelitian Rimba Kusumadilaga (2010) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating, yang menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Nilai Perusahaan. Tidak digunakannya profitabilitas sebagai variabel moderasi dikarenakan sebesar apapun tingkat

profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan yang disebabkan oleh beberapa perusahaan manufaktur tergolong perusahaan ekonomis/pelit yaitu perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran CSR nya rendah.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014)”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif. Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang diakses melalui situs resmi BEI di www.idx.co.id. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2016.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang

terdaftar di BEI periode 2013 dan 2014 sebanyak 277 perusahaan. Sampel yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* dan terdapat 52 perusahaan yang memenuhi persyaratan, selama 2 tahun publikasi laporan tahunan perusahaan, sehingga jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 104.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data sekunder yang didapat dari situs resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id. Data tersebut berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur periode 2013 dan 2014.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusan dalam *Kolmogorov Smirnov Test* adalah data berdistribusi normal jika nilai *asymptotic significance* > 0,05.

Uji linearitas menggunakan kriteria pengambilan keputusan, seperti jika nilai signifikansi > 0,05 maka hubungan antar

variabel bisa dikatakan linear. Sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak linear.

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ menunjukkan tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian tersebut.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *rank spearman*. Kriteria pengambilan keputusan adalah signifikansi dari variabel independen lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Durbin-Watson (DW), dengan kriteria pengambilan keputusan:

Tabel 1. Kriteria Uji Autokorelasi

Autokorelasi DW	Kesimpulan
< 1,08	Ada autokorelasi
1,08 – 1,66	Tanpa kesimpulan
1,66 – 2,34	Tidak ada autokorelasi
2,34 – 2,92	Tanpa kesimpulan
>2,92	Ada autokorelasi

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, maka dapat dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana untuk hipotesis pertama sampai keenam

dan uji regresi linier berganda untuk hipotesis ketujuh.

Pengambilan keputusan analisis regresi sederhana dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel dengan taraf signifikansi 5%. Jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan. Sebaliknya, apabila t hitung lebih kecil dari t tabel berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah $\hat{Y} = a + bX$.

Adapun analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dan F tabel dengan taraf signifikansi 5%. Jika F hitung lebih besar atau sama dengan F tabel, maka terdapat pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika F hitung lebih kecil daripada F tabel, maka secara simultan tidak ada pengaruh signifikan.

Sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas atau prediktor terhadap prediksi. Sumbangan relatif dapat dihitung dengan rumus Jonathan Sarwono (2009) sebagai berikut :

$$SR_{Xi} = \frac{bxi.crossproduct}{Regression} \times 100 \%$$

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan efektif tiap prediktor atau variabel bebas dari keseluruhan prediksi. Sumbangan efektif dapat dihitung dengan rumus :

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis data statistik deskriptif yang disajikan dalam penelitian ini meliputi Minimal, Maksimal, *Mean*, dan Standar Deviasi (SD). Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif dari data penelitian:

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	SD
Y	104	0,00	10,72	1,06
X1	104	0,11	1,00	0,35
X2	104	0,10	0,93	0,34
X3	104	0,21	1,00	0,53
X4	104	0,11	0,89	0,29
X5	104	0,12	1,00	0,30
X6	104	0,22	1,00	0,70

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Nilai Kritis
<i>Unstandardized Residual</i>	0,91	0,05

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,91. Oleh karena itu, dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Hasil pengolahan data uji linearitas dengan SPSS versi 16 adalah :

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Keterangan
X1 dengan Y	0,059	Linear
X2 dengan Y	0,063	Linear
X3 dengan Y	0,052	Linear
X4 dengan Y	0,128	Linear
X5 dengan Y	0,051	Linear
X6 dengan Y	0,051	Linear

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi hubungan antara variable X dengan Y menunjukkan nilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berbentuk linear.

c. Uji Multikolinearitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Perhitungan	
	Tolerance	VIF
X1	0,262	3,810
X2	0,293	3,407
X3	0,431	2,318
X4	0,758	1,320
X5	0,497	2,013
X6	0,783	1,278

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan *Variance Inflation*

Factor (VIF) ≤ 10 . Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak ada multikolonieritas antar variabel dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
X1	0,050
X2	0,713
X3	0,240
X4	0,192
X5	0,053
X6	0,787

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dikarenakan nilai signifikansi $>0,05$. Sehingga model regresi layak dipakai.

e. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	DW hitung
X1 \rightarrow Y	1,690
X2 \rightarrow Y	1,710
X3 \rightarrow Y	1,690
X4 \rightarrow Y	1,816
X5 \rightarrow Y	1,666
X6 \rightarrow Y	1,780
(X1, X2, X3, X4, X5, X6) \rightarrow Y	1,667

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi antar variabel dalam model regresi.

Uji Hipotesis

a. Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

H1: Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis 1

Konstanta	-0,416
Koefisien Regresi	4,213
Signifikansi	0,000
t hitung	7,249
t tabel	1,659
R	0,583
r ²	0,340

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 4,213 yang menggambarkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan Dimensi Ekonomi dalam CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 4,213. Nilai signifikansi Dimensi Ekonomi dalam CSR sebesar 0,000 yang lebih kecil

dari 0,05 dan t hitung yang lebih besar dari t tabel ($7,249 > 1,659$) menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,583 dan juga nilai koefisien determinasi (r²) sebesar 0,340 menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 34%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 66%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jadi semakin tinggi Dimensi Ekonomi dalam CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan manufaktur.

f. Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

H2: Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis 2

Konstanta	0,109
Koefisien Regresi	2,765
Signifikansi	0,000
t hitung	3,683
t tabel	1,659

R	0,339
r ²	0,115

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 2,765 yang menggambarkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan Dimensi Lingkungan dalam CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 2,765. Nilai signifikansi Dimensi Lingkungan dalam CSR sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,683 > 1,659$) menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,339 dan juga nilai koefisien determinasi (r²) sebesar 0,115 menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 11,5%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 88,5%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jadi semakin tinggi Dimensi Lingkungan dalam CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan manufaktur.

g. Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

H3: Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis 3

Konstanta	-0,558
Koefisien Regresi	3,030
Signifikansi	0,000
t hitung	4,168
t tabel	1,659
R	0,381
r ²	0,146

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 3,030 yang menggambarkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan Dimensi

Tenaga Kerja dalam CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 3,030. Nilai signifikansi Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan t hitung yang lebih besar dari t tabel ($4,168 > 1,659$) menunjukkan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,381 dan juga nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,146 menunjukkan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 14,6%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 85,4%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan menjaga keselamatan pekerjanya, memperlakukannya secara adil dan menghargai pekerjanya akan direspon positif oleh investor, sehingga investor akan menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

h. Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

H4: Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis 4

Konstanta	0,604
Koefisien Regresi	1,560
Signifikansi	0,106
t hitung	1,632
t tabel	1,659
R	0,159
r^2	0,025

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian tidak mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 1,560 yang menggambarkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan Dimensi Ekonomi dalam CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 1,560. Nilai signifikansi Dimensi HAM dalam CSR sebesar 0,106 yang lebih besar dari 0,05 dan t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($1,632 < 1,659$) menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,159 dan juga nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,025 menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai

Perusahaan Manufaktur sebesar 2,5%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 97,5%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi HAM tidak mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan nilai perusahaan manufaktur, karena tanggung jawab terhadap HAM sudah menjadi bagian dari aktivitas perusahaan sebelum adanya kewajiban untuk menjalankan CSR. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

i. Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

H5: Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis 5

Konstanta	-0,788
Koefisien Regresi	6,030
Signifikansi	0,000
t hitung	10,117
t tabel	1,659
R	0,708
r ²	0,501

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian mendukung hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 6,030 yang menggambarkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1 satuan Dimensi Sosial dalam CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 6,030. Nilai signifikansi Dimensi Sosial dalam CSR sebesar 0,000 yang lebih besar dari 0,05 dan t hitung yang lebih besar dari t tabel ($10,117 > 1,659$) menunjukkan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,708 dan juga nilai koefisien determinasi (r²) sebesar 0,501 menunjukkan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 50,1%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 49,9%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas - aktivitas kaitannya dengan kegiatan sosial cenderung akan direspon oleh *stakeholder*, terutama investor sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan. Oleh karena itu, Dimensi Sosial dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jadi semakin tinggi Dimensi Sosial dalam CSR dimiliki oleh perusahaan, maka akan

semakin tinggi pula nilai perusahaan manufaktur.

j. Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

H6: Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis 6

Konstanta	1,278
Koefisien Regresi	-0,312
Signifikansi	0,611
t hitung	-0,501
t tabel	1,659
R	0,050
r ²	0,003

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian tidak mendukung hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar -0,312 yang menggambarkan bahwa setiap penurunan sebesar 1 satuan Dimensi Produk dalam CSR akan menurunkan Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar -0,312. Nilai signifikansi Dimensi Produk dalam CSR sebesar 0,611 yang lebih besar dari 0,05 dan t hitung yang lebih kecil dari t tabel (-0,501 < 1,659) menunjukkan bahwa Dimensi Produk

dalam CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,050 dan juga nilai koefisien determinasi (r²) sebesar 0,003 menunjukkan bahwa Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 0,3%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 99,7%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan Dimensi Produk dalam CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan, karena informasi yang dicantumkan mengenai produk yang dijual sudah dilakukan sebelum adanya undang – undang tentang CSR. Dengan demikian, Dimensi Produk dalam CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

k. Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014

H7: Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis 7

Keterangan	Koef. Regresi
Konstanta	-0,586
Dimensi Ekonomi dalam CSR	3,810
Dimensi Lingkungan dalam CSR	-3,544
Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR	0,775
Dimensi HAM dalam CSR	-2,303
Dimensi Sosial dalam CSR	5,558
Dimensi Produk dalam CSR	0,126
R	= 0,788
R Square	= 0,621
F Hitung	= 26,444
F Tabel	= 3,700
Sig F	= 0,000

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Nilai F hitung yang didapatkan yaitu sebesar 26,444. Nilai ini lebih besar dari F tabel yaitu 3,700 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Selain itu, berdasarkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,788 dan koefisien determinasi *Adjusted R Square* 0,621 menunjukkan Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan

mempengaruhi sebesar 62,1% terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Nilai perusahaan manufaktur akan meningkat jika semakin banyak Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR yang diungkapkan dalam perusahaan, karena investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya kepada perusahaan yang menerapkan CSR. Sebaliknya, nilai perusahaan manufaktur akan menurun jika perusahaan belum menerapkan Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR sepenuhnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penjelasan dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti terkait pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,583 dan nilai r^2 sebesar 0,340, t hitung $>$ t tabel ($7,249 > 1,659$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti

signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana $Y = -0,416 + 4,213X1$. Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 34%.

b. Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,339 dan nilai r^2 sebesar 0,115, t hitung $>$ t tabel ($3,683 > 1,659$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana $Y = 0,109 + 2,765X2$. Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 11,5%.

c. Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,381 dan nilai r^2 sebesar 0,146, t hitung $>$ t tabel ($4,168 > 1,659$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana $Y = -0,558 + 3,030X3$. Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 14,6%.

d. Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal

tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,159 dan nilai r^2 sebesar 0,025, t hitung $1,632 <$ t tabel ($1,659$) dan nilai signifikansi $0,106 > 0,05$ yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana $Y = 0,604 + 1,560X4$.

e. Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,708 dan nilai r^2 sebesar 0,501, t hitung $>$ t tabel ($10,117 > 1,659$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana $Y = -0,788 + 6,030X5$. Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 50,1%.

f. Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,050 dan nilai r^2 sebesar 0,003, t hitung $0,510 <$ t tabel ($1,659$) dan nilai signifikansi $0,611 > 0,05$ yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana $Y = 1,278 - 0,312X6$.

g. Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai

Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,788 dan koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,621. Uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 26,444 lebih besar dari Ftabel yaitu 3,700. Selain itu, signifikansi lebih kecil dari pada *level of significant* ($0,000 < 0,050$). Secara simultan variabel Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR memberikan SE total sebesar 62.1% terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan sisanya 37,9% ($100-62,1$) diberikan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan Manufaktur

- 1) Sebaiknya semua perusahaan membuat laporan keberlanjutan perusahaan (*sustainability reporting*) untuk memudahkan pengungkapan tanggung jawab sosial.
- 2) Masih terdapat beberapa perusahaan yang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kurang dari 50% sehingga harus ditingkatkan dengan cara melaporkan item-item CSR yang berjumlah 79 item, sehingga dengan index

CSR yang lebih tinggi diharapkan nilai perusahaan menjadi lebih tinggi lagi.

b. Bagi Investor dan Calon Investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi ataupun untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan hendaknya memperhatikan informasi dalam laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel lain sebagai variabel moderating hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya : leverage, size perusahaan, dan lain - lain.
- 2) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan perusahaan dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama.
- 3) Penelitian selanjutnya harus mengkonfirmasi ada atau tidaknya data pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui BEI atau perusahaan yang bersangkutan, misalnya melalui website perusahaan.
- 4) Penelitian selanjutnya bisa dengan membandingkan keluasam pengungkapan CSR antara perusahaan di Indonesia dengan negara lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2013). *Statistika Deskriptif Plus: untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- _____.(2013). *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Ardimas, Wahyu dan Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 18, Nomor 1, Juni*, hlm. 57 – 66.
- Breadsell, Julie. (2008). The Influence of CSR Disclosure on Corporate Governance and Company Performance. 2008. ISSN: 1662-761x.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Bhuono Agung Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Carol. (1992). *Home Environment*, Plenum Press, New York and London.
- Chahal, H. & Sharma, R.D. (2006). Implications of corporate social responsibility on marketing performance : A conceptual framework. *Journal of Services Research*, 6 (1) April 2006 – September 2006.
- Devina Florence. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik Di Indonesia. *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Felicia Lindrawati dan Budianto. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang terdaftar sebagai 100 best corporate citizens oleh KLD Research and analytics. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVIII, No. 1 April : 66-83.
- Fr Reni Retno Anggraini. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang.
- Global Reporting Initiative. www.globalreporting.org
- Hadianto. (2013). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Heru Satyanugraha. (2007). *Etika Bisnis: Prinsip dan Aplikasi*. Jakarta: LPFE.
- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jonathan Sarwono. (2009). *Statistik itu Mudah: Panduan Lengkap untuk Belajar Komputasi Statistik menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*. New Jersey; JohnWiley& Sons,Inc.
- Kuntari dan Sulistyani. (2007). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial

- dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. *ASET* Volume 9 Nomor 2 (Agustus): 494-515.
- Lely Dahlia dan Sylvia Veronica Siregar. (2008). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Malayu Hasibuan. (2006). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Malla Bahagia. (2008). Analisis Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM), Jakarta: UIN Syarifhidayatullah.
- Meilikhah. (2014). *Kasus Pencemaran Lingkungan*. Diakses pada 13 September 2016, dari <https://andasiallagan92.wordpress.com/2015/04/01/kasus-pencemaran-lingkungan/>
- Ni Wayan Rustiarini. (2010). Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*, Surakarta.
- Pflieger, J., et al. (2005). The Contribution of Life Cycle Assessment to Global Sustainability Reporting of Organization. Management of Environmental Quality: *An International Journal* ISSN: 1477-7835
- Purwanto. (2012). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- R Hendri Gusaptono, (2010). Faktor-Faktor Yang Mendorong Penciptaan Nilai Perusahaan Di BEI. *Buletin Ekonomi* Vol. 8, No. 2, Agustus 2010 hal 70-170. Fakultas Ekonomi Universitas
- Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Rika Nurlela dan Islahuddin. (2006). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating, *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak.
- Rimba Kusumadilaga. (2010). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Saleh. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation in institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia. *Manajerial Auditing Journal*. Vol.125 No.6: 591-613.
- Schadewitz, Hannu dan Mikael Niskala. (2010). Communication Via Responsibility Reporting and It's Effect on Firm Value in Finland. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Corp. 17: 96 106.
- Sawidji Widiatmojo. (2009). *Pasar Modal Indonesia: Pengantar dan Studi Kasus*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Siddharta Utama. (2003). *Corporate Governance, Disclosure and its Evidence in Indonesia*. Usahawan No.04 th XXXII.
- Siti Rahayu. (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi UNIDIP.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung.

- _____. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suhartati et al., 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 10, No. 2, Desember 2011 : 95-105.
- Suruji dan Sanda. (2008). Ketika krisis dan bursa global berjatuh. Kompas, Selasa 25 November.
- Sutopoyudo. (2009). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Diakses 13 September 2016 pukul 09.35 WIB, pada <http://sutopoyudo.wordpress.com/2009/21/pengaruh-penerapan-corporate-social-responsibility-csr-terhadap-profitabilitas-perusahaan/>.
- Sutrisno Hadi. (2004). *Metodologi Research Jilid 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tobin's, James. (1969). A General Equilibrium Approach to Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking (February)*, 12-29.
- Undang-Undang RI No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada pasal 67.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPH) Pasal 41 ayat (1).
- Untung Wahyudi. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan : Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang 23-26 Agustus.
- Wien Ika Permanasari. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi, Universitas Diponegoro: Semarang.
- Williams, Chuck. (2011). *Management*. Ohio : South-Western, Cengage Learning.
- Yusuf Wibisono. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Gresik : Fascho Publishing.