
PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR DAN GCG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

**Rida Ariani
Riana Sitawati
Sam'ani**

STIE Dharmaputra Semarang

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of CSR and GCG disclosure on firm value with profitability as a moderating variable. Respondents of this study are mining companies listed on the BEI in 2012 - 2015. Research sample of 148 mining companies, samples taken based on census techniques. Data collection using documentation method. The data analysis to test the hypothesis using multiple regression with SPSS program.

The results showed that CSR Disclosure has a significant positive effect on firm value, GCG has a significant negative effect on firm value. Similarly, by adding profitability as a moderating variable, CSR disclosure has a positive effect on firm value, while GCG has no effect on firm value.

Keywords: CSR disclosure, GCG, profitability, corporate value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR dan keterbukaan GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Responden penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012 - 2015. Sampel penelitian dari 148 perusahaan pertambangan, sampel diambil berdasarkan teknik sensus. Pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi. Analisis data untuk menguji hipotesis menggunakan regresi berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR Disclosure memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, GCG memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, dengan menambahkan profitabilitas sebagai variabel moderasi, pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: pengungkapan CSR, GCG, profitabilitas, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Perusahaan yang telah *go public* mempunyai tujuan utama yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dikatakan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Hermuningsih, 2012). Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Tendi Haruman, 2008). Namun para investor tidak hanya melihat seberapa tinggi nilai perusahaannya, mereka juga melihat apakah perusahaan tersebut memperhatikan lingkungan disekitar perusahaan (Agustina, 2013). Semua perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial.

Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, sehingga perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana untuk mendapatkan profit, tetapi juga memperhatikan bagaimana kondisi sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Di Indonesia belum seutuhnya menerapkan pengelolaan lingkungan yang baik, hal itu dapat dilihat dari salah satu contoh kasus yang pernah terjadi di Indonesia yaitu: PT Lapindo Brantas yang menimbulkan kebocoran gas hidrogen sulfida (H₂S) disertai semburan lumpur panas akibat aktivitas pengeboran yang mengakibatkan kerugian yang sangat besar bagi masyarakat Sidoarjo (<http://politik.kompasiana.com>, 2012). Padahal wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan merupakan topik yang menarik dalam bidang akuntansi. Sebab Hasil penelitian mengenai nilai perusahaan masih menghasilkan temuan yang tidak konsisten. Misal penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) dan Rimba (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian Nurhayati (2012) yang menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Muryati dan Suardikha (2014) yang menunjukkan bahwa GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. menurut penelitian Purbopangestu dan Subowo (2014) dan Sausan dkk. (2015) menyimpulkan bahwa GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menambahkan variabel profitabilitas. Profitabilitas diusulkan sebagai variabel moderasi pada penelitian ini untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara pengungkapan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan. profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan Brigham (2001). Maka dari itu judul dalam penelitian ini yaitu "*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi*".

Teori Agency

Teori keagenan (Agency Teory) menurut Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan adanya konflik antara manajemen selaku agen dengan pemilik selaku principal. Prinsipal ingin mengetahui segala informasi termasuk aktivitas manajemen yang terkait dengan investasi atau dananya dalam perusahaan. Dalam teori keagenan akan selalu timbul konflik kepentingan antara (1) manajer dan pemilik perusahaan (2) manajer dan bawahannya (3) pemilik perusahaan dan kreditor, praktik pengungkapan CSR dan GCG merupakan salah satu komitmen manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, manajemen akan mendapatkan penilaian positif dari stakeholders (Brigham dan Gapenski, 1996).

Teori Stakeholder

Teori stakeholder berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para stakeholder-nya, namun demikian tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan laba dan kepentingan pemegang saham, tapi juga harus memperhatikan masyarakat, pelanggan, dan pemasok sebagai bagian dari operasi perusahaan itu sendiri (Freeman and Reed, 1983).

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR didefinisikan sebagai kontribusi bisnis untuk pembangunan berkelanjutan dan bahwa perilaku perusahaan tidak hanya harus memastikan kembali ke pemegang saham, upah kepada karyawan dan produk dan layanan kepada konsumen, tetapi mereka harus menanggapi masalah sosial, lingkungan dan nilai yang ada di masyarakat (Solihin, 2008). Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholder* lainnya, perusahaan sering terlibat dalam kegiatan – kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Masyarakat dan *stakeholder* dapat memberikan respon positif kepada perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Respon positif yang diberikan oleh masyarakat dan *stakeholder* berupa kepercayaan dan diterimanya produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sebagai akibatnya dapat meningkatkan operasi perusahaan, dan hal ini akan berimplikasi terhadap meningkatnya profitabilitas perusahaan (Sihotang, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2012) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimba (2010) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah :

H1 : CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan mekanisme yang dikembangkan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan dan perilaku pihak manajemen perusahaan. Konsep *Good Corporate Governance* diartikan sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan supaya selalu dapat menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholder* (Murhadi, 2009). Variabel *Good Corporate Governance (GCG)* diukur dengan indikator kepemilikan institusional. Menurut Siregar dan Utama (2006) kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh institusi keuangan diantaranya seperti bank, perusahaan investasi, dana pensiun dan investment banking. Penerapan kepemilikan institusional sebagai salah satu dari elemen GCG diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Anggitasari, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Herawaty (2009) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhartini dan Asyik (2015) yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H2 : GCG berpengaruh positif dan terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan (Puspaningrum, 2014). Namun para investor tidak hanya melihat seberapa tinggi labanya, mereka juga melihat apakah perusahaan tersebut memperhatikan lingkungan disekitar perusahaan (Agustina, 2013). Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan (Rimba, 2010). Dengan adanya profitabilitas maka diharapkan akan dapat meningkatkan hubungan antara CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh Setyaningrum (2015) yang menyatakan bahwa bahwa profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Fauzi dkk. (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhartanti dan Asyik (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yaang dilakukan oleh Fauzi dkk. (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas maka, hipotesis yang diajukan adalah:

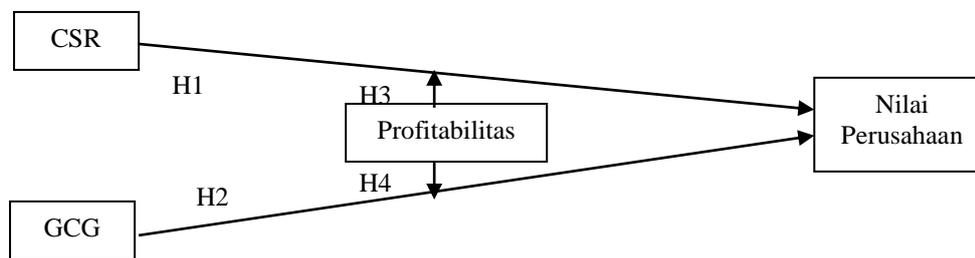
H3: Interaksi antara CSR dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H4: Interaksi antara GCG dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan

Brigham dan Gapenski (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan sangat penting adanya, hal ini karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2012 – 2015. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 148 perusahaan yang didapat dengan menggunakan metode sensus yaitu teknik penentuan sampel yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2012).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan uji regresi linier berganda, uji kelayakan model, uji hipotesis dan uji moderasi menggunakan aplikasi SPSS.

Model Persamaan Struktural

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_3 + \beta_4 X_2 X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji Kelayakan Model

Hasil uji kelayakan model diketahui bahwa nilai Adjusted R^2 sebesar 0,223. Yang artinya bahwa sebesar 22,3% variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel CSR dan GCG. Sedangkan sebanyak 77,7% dijelaskan oleh variabel lain.

Hasil Uji Linier Berganda

Analisis Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.567	.825		4.323	.000
X1	6.964	3.541	.252	1.967	.001
X2	-2.056	1.041	-.169	-1.975	.000
X1X3	28.166	14.334	.366	1.965	.005
X2X3	-7.606	7.095	-.155	-1.072	.285

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder diolah (2017)

1. Nilai t hitung sebesar 1,967 > t tabel 1,65765 dengan sig. 0,001 < 0,05 dengan demikian hipotesis 1 diterima.

2. Nilai t hitung sebesar -1,975 lebih besar dari t tabel -1,65765 dengan sig. 0,000 < 0,05 maka hipotesis 2 ditolak.
3. Nilai t hitung sebesar 1,965 > t tabel 1,65765 dengan sig. 0,005 < 0,05 dengan demikian hipotesis 3 diterima.
4. Nilai t hitung -1,072 < t tabel -1,65765 dengan sig. 0,285 < 0,05 maka hipotesis 4 ditolak.

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholder* lainnya. Respon positif yang diberikan oleh masyarakat dan *stakeholder* berupa kepercayaan dan diterimanya produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sebagai akibatnya dapat meningkatkan operasi perusahaan, dan hal ini akan menaikkan nilai perusahaan (Sihotang, 2012). Dalam penelitian ini pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan akan menaikkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Teori ini juga berpendapat bahwa dengan menyesuaikan pada berbagai kepentingan *stakeholder*, maka akan menimbulkan kepuasan kepada mereka. Kepuasan *stakeholder* dapat dicapai dengan berbagai cara, salah satunya adalah peningkatan tanggungjawab sosial yang berkelanjutan (Lestari dan Fidiana, 2015). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rimba (2010) dan Ramadhani (2012) yang mengatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh GCG terhadap Nilai Perusahaan

Good Corporate Governance (GCG) diartikan sebagai suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan supaya selalu dapat menciptakan nilai tambah untuk semua *stakeholder* (Murhadi, 2009). Hasil dari penelitian ini yaitu GCG berpengaruh negatif signifikan yang artinya bahwa semakin banyaknya kepemilikan institusional (GCG) maka akan semakin menurunkan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan banyaknya kepemilikan institusional yang ada didalam perusahaan membuat menurunnya minat investor lain untuk berinvestasi pada perusahaan yang berakibat turunnya nilai perusahaan (Fauzi dkk., 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sausan dkk. (2015) dan Mutmainah (2015) yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Interaksi Profitabilitas dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis. Namun para investor tidak hanya melihat seberapa tinggi labanya, mereka juga melihat apakah perusahaan tersebut memperhatikan lingkungan disekitar perusahaan (Agustina, 2013). Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan (Rimba, 2010). Pada penelitian ini diketahui bahwa interaksi antara profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. artinya bahwa semakin banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan dan semakin tinggi

profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyaningrum (2015), Lestari dan Fidiana (2015) serta Fauzi dkk. (2016) yang menyatakan bahwa bahwa profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Interaksi Profitabilitas dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas dan efisiensi suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Dengan adanya profitabilitas maka diharapkan akan dapat meningkatkan hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan. Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa interaksi antara profitabilitas dan GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa bahwa tinggi rendahnya profitabilitas dan adanya kepemilikan institusional tidak mempengaruhi nilai perusahaan. hal ini dikarenakan Saat investor merasa aman dan yakin akan akuntabilitas, keterbukaan informasi dan tata kelola perusahaan dengan keberadaan investor institusi, ataupun sebaliknya maka profitabilitas tidak mampu memperkuat atau melemahkan inisiatif tersebut. Namun bila yang menjadi pertimbangan utama adalah profitabilitas sepenuhnya, tentunya ketersediaan informasi mengenai GCG tidak cukup dirasa perlu oleh investor (Sausan dkk., 2015). penelitian ini mendukung penelitian Thohiri (2011) dan Sausan dkk., (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas bukan merupakan moderating antara GCG terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

1. Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan..
2. GCG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Interaksi antara profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Interaksi antara profitabilitas dan GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Implikasi Teoritis dan Praktis

Teoritis

Terdapat bukti empiris bahwa :

1. CSR dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Profitabilitas dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan

Praktis

1. Manager perusahaan pertambangan mengharapkan dengan adanya CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Manager perusahaan pertambangan mengharapkan dengan adanya kepemilikan institusional dapat meningkatkan nilai perusahaan.
3. Dengan adanya profitabilitas maka diharapkan akan dapat meningkatkan hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.
4. Dengan adanya profitabilitas maka diharapkan akan dapat meningkatkan hubungan antara kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan

SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian, maka diajukan saran sebagai berikut :

1. Menambah populasi perusahaan pertambangan yang ada di BEI yang akan dijadikan sampel pada penelitian berikutnya;
2. Menambah jumlah tahun pengamatan, tidak hanya empat tahun, tapi lebih panjang lagi;
3. Menambah variabel independen lain diluar model penelitian ini agar dapat diketahui factor – factor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Silvia. 2013. *“Pengaruh Perputaran Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”*. Artikel. Padang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Anggitasari, Niyanti. 2012. *“Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Struktur Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi”*. Jurnal Akuntansi Diponegoro (Vol 1, No.2, tahun 2012) : 1-15.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. 2011. *“Dasar–Dasar Manajemen Keuangan”*: Buku 2. Jakarta: Salemba Empat..
- Brigham dan L. C. Gapenski. 1996. *“Intermediate Financial Management”*. Florida: The Dryden Press.
- Freeman and Reed. 1983. *“Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance.”* Californian Management Review, Vol. 25 No. 2, pp. 88-106.
- Fauzi, S A. Suransi, Ni Ketut dan Alamsyah. 2016. *“Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Pemoderasi”*. Jurnal Infestasi Vol. 12, No.1, hal. 1 – 19.
- Haruman, Tendi. 2008. *“Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan”*. Simposium Nasional Akuntansi XI,Pontianak.
- Haryati, Rima. 2013. *“Pengaruh CSR, GCG dan Struktur Corporate Governance terhadap Profitabilitas Perusahaan yang terdaftar di BEI”*. Universitas Diponegoro. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang.
- Herawaty, V., 2009. *“Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan”*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 10(2), pp.PP-97.

-
- Hermuningsih, Sri. 2012. “*Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening*”. Jurnal Sasat Bisnis Vol.16 No.2, pp: 232-242.
- Jensen, Michael C. Dan W. H. Meckling. (1976). “*Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Awnership Structure*”. Journal of Financial Economics. Vol. 3. H. 305-360.
- Lestari, Mey Hesty dan Fidiana. 2015. “*Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*”. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 4 No. 12.
- Murhadi, W. R. 2009. “*Studi Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Praktik Earnings Management pada Perusahaan Terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia*”. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, vol.11, no. 1, Hlm.1-10.
- Muryati, N.N.T.S. dan Suardikha, I., 2014. “*Pengaruh Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan*”. E-Jurnal Akuntansi, 9(2), pp.425-429.
- Mutmainah. 2015. “*Analisis Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan*”. ISSN : 1907 – 7513 Vol X No 2, <http://ejournal.Stie dewantara.ac.id>.
- Nurhayati, Miranty. 2012. “*Analisis Pengaruh Profitabilitas, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar Dalam LQ45 tahun 2009 – 2011*”. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*”. Simposium nasional akuntansi XI.
- Purbopangestu, H.W. dan Subowo, S., 2014. “*Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening*”. Accounting Analysis Journal, 3(3).
- Puspaningrum, Yustisia. 2014. “*Pengaruh CSR dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi*” (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- [Ramadhani, L. S. Dan B. Hadiprajitno. 2012. “*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI*”. Jurnal Akuntansi & Auditing Volume 8/No. 2/ 95-189. Mei.

-
- Rimba Kusumadilaga. 2010. *“Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2006 dan 2008”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Sausan, H A. Irwansyah dan Bramantika Oktavianti. 2015. *“Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi”*. Akuntabel; Volume 12 No 2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
- Setianingrum, Wahyuning Ambar. 2015. *“Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Sihotang, Daniel 2012. *“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap ROA dan ROE”*. Institut Manajemen Telkom.
- Siregar, S.V., dan S. Utama. 2006. *“Pengaruh Struktur Kepemilikan Ukuran Perusahaan dan Praktek Corporate Governance Terhadap Pengelolaan Laba (Earning Manajemen)”*. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 9, No. 3, September, 2006, pp, 307-326.
- Solihin, Ismail. 2008. *“Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD”*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanti, Tutut dan Asyik Nur Fadjrih. 2015. *“Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas (ROA) sebagai Variabel Moderating”*. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 8.
- Thohiri, Roza. 2011. *“Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi”*. Universitas Sumatera Utara Medan.