

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING

(Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)
THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE VALUE OF CORPORATE WITH PROFITABILITY AS MODERATING VARIABLES

(Empirical Study on the Mining Sector Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2012-2015)

¹Angga Alif Putra, ²Dr. Farida Titik Kristanti, S.E., M.Si ³Siska P. Yudowati, S.E., M.B.A

^{1,2,3}Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

e-mail: alifangga1@gmail.com, farida_titik@yahoo.com, muhammadmuslih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan *corporate social responsibility* berkaitan erat dengan keberlangsungan perusahaan. CSR dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, serta sebagai media pemasaran. Untuk mencapai hal tersebut maka setiap kegiatan CSR perlu diungkapkan kepada pemegang saham.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan berkelanjutan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan pengumpulan sampel menggunakan teknik purposive sampling didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 26 perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia sektor Pertambangan tahun 2012-2015.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software Eviews 8.0, Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, didapatkan hasil yang menunjukkan variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas tidak berpengaruh atau tidak memoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang tinggi berarti memiliki tingkat kegiatan CSR yang tinggi, dan kegiatan CSR yang tinggi ini akan menarik simpati masyarakat dan perusahaan tersebut dapat diterima di masyarakat sehingga masyarakat memberikan pandangan baik terhadap perusahaan tersebut yang akan berdampak pada citra perusahaan tersebut dan akan menaikkan nilai dari perusahaan tersebut. Sedangkan interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas tidak dapat memoderasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain, naiknya profitabilitas perusahaan tidak akan memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, dan sebaliknya menurunnya profitabilitas perusahaan juga tidak akan memperlemah hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: Pengungkapan CSR; Profitabilitas; Nilai Perusahaan.

Abstract

Implementation of corporate social responsibility is closely related to the sustainability of the company. CSR can be utilized to maximize shareholder value, strategy to achieve competitive advantage in the long term, as well as a marketing medium. To achieve this, then any CSR activity should be disclosed to shareholders. This study aimed to get empirical evidence about the influence of corporate social responsibility disclosure of the value of the company to profitability as moderating variables. This study aimed to get empirical evidence about the influence of corporate social responsibility disclosure of the value of the company to profitability as moderating variables.

The data collection is done by documentation of data which is based on financial statements, annual report and sustainability report published by the Indonesia Stock Exchange. Based on the collection of samples using purposive sampling techniques found the number of samples of this study were 6 companies listed in Indonesia Stock Exchange Minings Sector sub-sector in 2012-2015.

Based on the results of testing using Eviews 8.0 software, Based on partial test results, the results show that CSR disclosure variables have a positive effect on firm value, while the interaction between CSR disclosure and profitability has no effect or moderate in the relationship between CSR disclosure and firm value.

Based on the results of the study, the increasing disclosure of CSR will affect the value of the company because the higher disclosure of CSR that the Company with high CSR disclosure means to have high level of CSR activity, and this high CSR activity will attract public sympathy and the company can be accepted in the community so that The public gives a good view of the company that will impact on the image of the company and will increase the value of the company. Interaction between CSR disclosure with profitability can not moderate in the relationship between CSR disclosure with company value. In other words, an increase in

corporate profitability will not strengthen the relationship between CSR disclosure and firm value, and otherwise the decline in company profitability will also not weaken the relationship between CSR disclosure and firm value.

Keywords: CSR Disclosure; Profitability; Company Value.

1. Pendahuluan

Tujuan utama dari perusahaan tidak hanya untuk memenuhi keinginan shareholders tetapi juga stakeholders, baik yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Maka dari itu, perusahaan haruslah dapat menjaga keharmonisan pihak-pihak yang terkait serta tetap menjaga market value dari perusahaan. Tidak hanya itu, perusahaan ideal yang diminati oleh investor tidak hanya dilihat pada fundamental saja, melainkan juga melihat pada corporate social responsibility perusahaan. Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negatif suatu perusahaan atau melakukan suatu kegiatan pengolahan lingkungan akibat dari dampak negatif dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus dilaksanakan perusahaan tanpa syarat apapun, karena tanggung jawab sosial akan dilihat sebagai suatu sikap penting dalam peningkatan laba dalam memperkuat nilai perusahaan (Kartini, 2013;89).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Pelaksanaan program CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan investasi yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan sudah diwajibkan oleh hukum. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR.

Terdapat beberapa teori yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara pengungkapan *social responsibility* dengan nilai perusahaan. Menurut Kartini (2013;89), "Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negatif suatu perusahaan atau melakukan suatu kegiatan pengolahan lingkungan akibat dari dampak negatif dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus dilaksanakan perusahaan tanpa syarat apapun, karena tanggung jawab sosial akan dilihat sebagai suatu sikap penting dalam peningkatan laba dalam memperkuat nilai perusahaan". *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Menurut Kusumadilaga (2010), "sekarang ini masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan atau melaksanakan CSR. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR yaitu, dengan melakukan CSR maka konsumen akan menyukai produk dari perusahaan tersebut dan perusahaan akan memiliki *image* positif, dengan banyaknya konsumen maka akan meningkatkan laba yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga perusahaan diminati oleh investor".

Hubungan antara profitabilitas sebagai pemoderasi antara CSR dengan nilai perusahaan secara teoritis dapat dijelaskan hubungannya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Dapat disimpulkan apabila profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan maka hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan akan semakin baik karena dengan naiknya profitabilitas akan berdampak pada semakin baiknya CSR yang dilakukan perusahaan, semakin baik CSR yang dilakukan maka akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang terkait dengan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan antara lain penelitian Astiari et al (2014), Rosiana et al (2013), dan Mandasari et al (2013) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi memiliki hasil yang berbeda-beda dalam ketiga penelitian tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating secara parsial dan melalui interaksi antara profitabilitas dengan CSR. Populasi yang digunakan sebagai bahan penelitian ini adalah semua perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai 2015 dengan jumlah sampel sebanyak 26 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

2. Tinjauan Pustaka Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial korporat merupakan suatu tanggung jawab perusahaan kepada seluruh *stakeholder* dan masyarakat serta lingkungan sekitar Kartini (2013:1)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* menjelaskan pengungkapan CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi untuk masyarakat luas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh

Filemon dan Krisnawati (2014) dalam mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) berdasarkan indikator GRI G4 (*global reporting initiatives*) dengan rumus:

$$CSRDI_{jt} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan normatif perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Wahyudi dan Hartini dalam Agustina, 2010). Nilai perusahaan menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Nilai perusahaan atau yang dalam penelitian ini diproksikan dengan nilai pasar merupakan variabel dependen dimana pengukuran variabel ini menggunakan rumus Tobin's Q. Pengukuran rasio Tobin's Q sebagai indikator nilai perusahaan akan lebih memiliki arti jika dilihat nilai rasio setiap tahun. Adanya perbandingan akan diketahui peningkatan kinerja keuangan perusahaan tiap tahun, sehingga harapan investor terhadap pertumbuhan investasinya menjadi lebih tinggi (Prasetyorini 2013:186). . Penghitungan Tobin's Q menggunakan rumus :

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

Dimana :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas (Closing Price x Jumlah saham yang beredar)

D = Nilai Buku dari Total Hutang (Hutang Lancar + Hutang Tidak Lancar)

EBV = Nilai Buku dari Total Ekuitas (Total Aktiva – Total Hutang)

Analisis Tobin's Q < 1 maka menunjukkan bahwa nilai buku aset perusahaan lebih besar dari nilai pasar perusahaan, sehingga perusahaan akan menjadi sasaran akuisisi yang menarik baik untuk digabungkan dengan perusahaan lain ataupun untuk dilikuidasi karena nilai saham tersebut dihargai rendah (*undervalued*). Logikanya pembeli perusahaan memperoleh aset dengan harga yang lebih murah dibanding jika aset tersebut dijual kembali. Sebaliknya bila nilai Tobin's Q > 1 menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dibandingkan nilai buku asetnya, sehingga mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi sehingga nilai perusahaan lebih dari sekedar nilai asetnya (*overvalued*).

Profitabilitas

Secara umum profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu. Laba sering dijadikan sebagai salah satu ukuran kinerja keuangan perusahaan. Dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti kinerja keuangan perusahaan baik dan sebaliknya. Laba Perusahaan juga merupakan salah satu faktor dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk menghitung tingkat profitabilitas adalah rasio diproksikan dengan Return on Asset (ROA) yang merupakan kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba (Irham Fahmi, 2011:54) . Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Irham Fahmi 2012:80). Penghitungan ROA menurut Irham Fahmi (2012:80) menggunakan rumus:

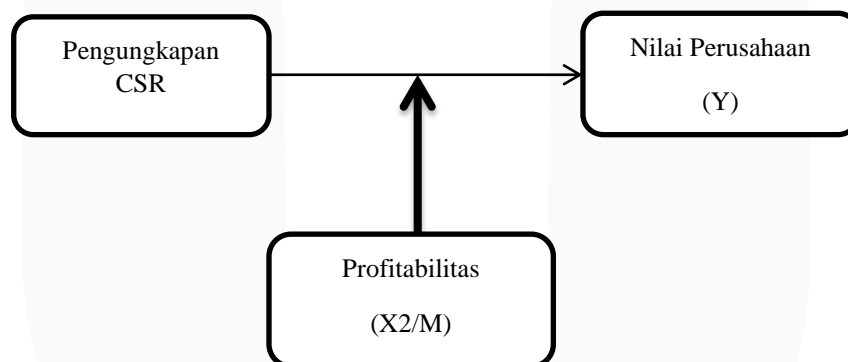
Earning After Tax (EAT)

—————
Total Assets

Return On Assets dapat digunakan untuk menilai kompensasi keuangan kepada penyedia pendanaan ekuitas dan untuk menilai efektivitas. Dan terdapat beberapa keunggulan ROA, yaitu:

Keunggulan return on asset adalah (Munawir, 2006: 91):

- a) ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan. Efisiensi disini diartikan sebagai daya guna yang mana penekanannya disamping hasil yang ingin dicapai, juga harus memperhitungkan pengorbanan modal tersebut untuk mencapai hasil yang ingin dicapai. Kesalahan atau kekeliruan dalam penggunaan modal akan menyebabkan buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan sehingga kegiatan perusahaan dapat terhambat atau terhenti sama sekali.
- b) ROA dapat mempertimbangkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada di bawah, sama atau di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
- c) ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
- d) ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- e) Selain berguna untuk kepentingan kontrol, ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.



Gambar I. Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan semakin kuat pada saat profitabilitas tinggi.

3. Metode Penelitian

Populasi yang digunakan sebagai bahan penelitian ini adalah semua perusahaan sub sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 sampai 2015. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga diperoleh 104 data observasi yang terdiri dari 26 perusahaan selama 4 tahun.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, model regresi data panel, dan *moderate regression analysis* sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * X_2 + \epsilon$$

3. Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil statistik deskriptif setiap variabel operasional:.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	Q	CSR	ROA
Mean	1.688	0.264	0.036
Maksimum	11.830	0.407	0.655
Minimum	0.301	0.154	-0.475
Std Deviasi	1.708	0.056	0.123

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2017

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa variabel nilai perusahaan dan CSR memiliki nilai mean yang lebih besar dari standar deviasi sehingga dapat diartikan bahwa data variabel operasional tersebut berkelompok atau relatif homogen. Sementara itu variabel ROA memiliki nilai mean yang lebih rendah dari standar deviasi yang dapat diartikan bahwa data variabel operasional tersebut bervariasi.

Setelah melakukan analisis statistik deskriptif, langkah selanjutnya adalah melakukan uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier. Berdasarkan hasil uji terakhir yaitu Lagrange Multiplier menunjukkan bahwa nilai cross-section Breusch-Pagan sebesar 0 atau lebih kecil dari taraf signifikansi 5%. Menyatakan bahwa model *random effect* lebih baik daripada model *common effect*. Dengan begitu, berdasarkan uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi data panel yang sesuai untuk penelitian ini adalah model *random effect*.

Tabel berikut adalah hasil ringkasan dari uji *random effect* dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji *random effect*

Dependent Variable: Q					
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)					
Date: 05/08/17 Time: 14:49					
Sample: 2012 2015					
Periods included: 4					
Cross-sections included: 26					
Total panel (balanced) observations: 104					
Swamy and Arora estimator of component variances					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
C	0.565985	0.321597	1.759922	0.0815	
CSR	2.857843	1.171667	2.439124	0.0165	
ROA	-3.930274	4.314797	-0.910883	0.3645	
MDR	19.51885	17.48976	1.116016	0.2671	
Effects Specification				S.D.	Rho
Cross-section random				0.564318	0.4255
Idiosyncratic random				0.655702	0.5745
Weighted Statistics					
R-squared	0.099210	Mean dependent var	0.675077		
Adjusted R-squared	0.072186	S.D. dependent var	0.685390		
S.E. of regression	0.660189	Sum squared resid	43.58499		
F-statistic	3.671211	Durbin-Watson stat	1.620218		
Prob(F-statistic)	0.014762				
Unweighted Statistics					
R-squared	0.036516	Mean dependent var	1.343853		
Sum squared resid	76.38506	Durbin-Watson stat	1.017370		

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Nilai adjusted R-Squared model penelitian adalah sebesar 0.072186 atau 7,2186%.. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 7,2186%, sedangkan sisanya sebesar 92,7814% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Hasil Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa jika semakin tinggi kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dan semakin banyak pengungkapan yang dilakukan perusahaan, akan menaikkan nilai perusahaan tersebut. Pada tabel 4.9, variabel CSR memiliki nilai probabilitas $0,0165 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan variabel pengungkapan CSR secara parsial berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Selanjutnya, dapat dilihat bahwa pengungkapan CSR memiliki nilai koefisien kearah positif yaitu 2.857843. Artinya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dimiliki perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis.

Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi dalam Hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada tabel 4.9 interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas memberikan nilai *probability* sebesar $0.2671 > 0.05$. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa pada saat profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan, nilai CSR mengalami kenaikan namun tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan, dan sebaliknya pada saat profitabilitas perusahaan rendah, nilai CSR mengalami penurunan namun tidak dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibangun oleh penulis. Profitabilitas tidak memoderasi hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, karena berdasarkan data yang diolah penulis, walaupun profitabilitas mengalami kenaikan, namun CSR tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis regresi data panel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Pengungkapan CSR memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015.
- b. Interaksi CSR dengan ROA tidak memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015.

Daftar Pustaka:

- [1] Agustina Silvia. (2012). *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya
- [2] Agustine, Ira. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. FINESTA Vol. 2, No. 1, 42-47
- [3] Christiawan, Jogi. (2011). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Abnormal Return. Jurnal Akuntansi Keuangan Vol. 13.
- [4] Fahmi, Irham. (2012). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung . ALFABETA.
- [5] Febrina, Nica. (2010). Pengaruh Komisaris Independen dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan *Wholesale* Yang Terdaftar di BEI). Jurnal Jurusan Manajemen, *Fakultas Ekonomi-Universitas Gunadarma*.
- [6] Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility* edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [7] Filemon, Christian. & Krisnawati, Astri. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Return On Assets Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 14. No. 3.
- [8] <http://www.idx.co.id/id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangandantahunan.aspx>
- [9] <http://www.sahamok.com/emiten/sektor-pertambangan/>
- [10] <http://irfanda.id/harga-saham-smru-meroket>
- [11] <http://investasi.kontan.co.id/news/selamatkan-harga-saham-kkgi-akan-lakukan-buyback>
- [12] <http://market.bisnis.com/read/20131115/192/186722/tambang-harum-energy-hrum-produksi-medio-2014>
- [13] <https://www.pasardana.id/news/2015/11/12/akibat-beban-naik-laba-indo-tambangraya-merosot-51/>

- [14] <http://www.pwc.com/id/en/media-centre/pwc-in-news/2016/indonesian/pwc---tahun-2015-sebagai-tahun-terburuk-bagi-sektor-pertambangan.html>
- [15] Ioannou, Ioannis dan George Serafeim. (2010). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Investment Recommendations. Working Paper 11-017. Best Paper*
- [16] Kamil, Ahmad dan Antonius. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi*, 2(1), h:1-17
- [17] Kartini, Dwi. (2013). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung. PT Refika Aditama.
- [18] Munawir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan (Edisi 4)*. Yogyakarta. Liberty.
- [19] Nurlela dan Islahudin. (2008). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak 23-24 2008*.
- [20] *Proceedings, Academy of Management 2010 Social Issues in Management (SIM)*. Harvard Business School. Agustus 2010.
- [21] Rachman, Arifian Andry. (2015). *Handouts Metodologi Penelitian*.
- [22] Rosiana., Juliarsa., & Sari, Maria. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3 (2013):723-738
- [23] Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (Buku I). Jakarta: Salemba Empat.
- [24] Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (Buku II). Jakarta: Salemba Empat.
- [25] Rimba Kusumadilaga. (2010). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2006 dan 2008. *Jurnal Fakultas Ekonomi UNDIP*. Semarang.
- [26] Sriyana, Jaka. (2014). *Metode Regresi Data Panel*. Yogyakarta: Ekonisia.
- [27] Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [28] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.