



PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN LUAS PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Gatot Putra Dewa [✉] Fachrurrozie, Nanik Sri Utaminingsih

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Januari 2014
Disetujui Februari 2014
Dipublikasikan Maret
2014

Keywords:
CSR, Profitability, The
Value Of The Company.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan serta menguji apakah luas pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang termasuk dalam LQ45 selama periode 2009-2011. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dengan kriteria termasuk dalam LQ45 selama 2009-2011 berturut-turut serta menggunakan rupiah sebagai satuan dalam laporan keuangannya sehingga didapatkan 24 perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data menggunakan *Moderated Regression Analysis*. Hasil yang diperoleh adalah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan luas pengungkapan CSR bukan merupakan variabel moderasi dalam pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Abstract

The purpose of this research was to determine whether or not the effect of profitability on firm value and testing whether CSR disclosure is able to moderate the effect of profitability on firm value. The population in this research are all included in the LQ45 companies during the period 2009-2011. The sampling method is done by purposive sampling criteria included in LQ45 during 2009-2011 in a row and use rupiah as a unit in its financial statements to obtain 24 companies are used as a sample. This research use Moderated Regression Analysis to analysis the hypothesis. The result is profitability have a significant effect on the firm value and CSR disclosure is not a moderating variable in the effect of profitability on firm value.

© 2014 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
Gedung C6 Lantai 2 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: gatot_512@yahoo.co.id

ISSN 2252-6765

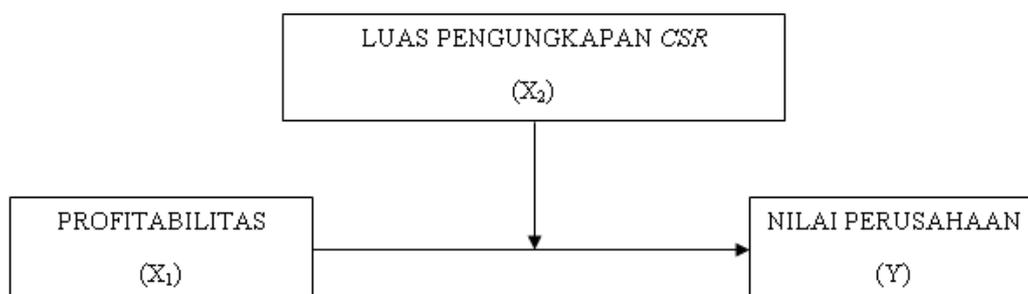
PENDAHULUAN

Nilai perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2000:7). Nilai perusahaan merupakan salah satu aspek yang cukup penting dalam investasi. Menurut Weston dan Copeland (1999:8) nilai dari saham kepemilikan merupakan indeks yang baik untuk mengukur tingkat efektifitas prestasi perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah profitabilitas. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham, selanjutnya dengan permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat (Soliha, 2002) dalam Susanti (2010).

Beberapa penelitian yang meneliti pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan. Penelitian Ghosh dan Ghosh (2003) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Yuniarsih dan Wirakusuma (2007) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Handoko (2010) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Susanti (2010) menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Carningsih (2009) menunjukkan hasil profitabilitas mempunyai pengaruh yang negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Zuraedah (2010) menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Rahayu (2010) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil menunjukkan masih adanya ketidakkonsistenan pada penelitian yang pernah dilakukan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan menjadi lebih kuat ketika perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi juga melakukan pengungkapan informasi terkait langkah apa yang telah dilakukan perusahaan untuk kebaikan lingkungan (CSR). Melalui penerapan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2005 dalam Yuniasih dan Wirakusuma, 2007). Meningkatnya kekuatan keuangan artinya profitabilitas akan menjadi semakin tinggi. Semakin tingginya profitabilitas yang disebabkan oleh legitimasi yang diperoleh perusahaan akan berimbas pada naiknya nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terlaksana hanya jika setiap penerapan CSR diungkapkan oleh perusahaan sehingga stakeholder mengetahui bahwa perusahaan telah menerapkan CSR. Pengungkapan CSR secara luas akan menyebabkan perusahaan mempunyai citra yang baik di dalam pandangan stakeholder sehingga saham perusahaan akan lebih diminati oleh investor. Saham lebih diminati artinya permintaan saham oleh investor akan menjadi lebih tinggi dan meningkatnya permintaan saham akan mendorong meningkatnya nilai perusahaan.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI dan termasuk dalam indeks LQ 45. Indeks LQ 45 adalah 45 saham perusahaan yang dikategorikan terbaik yang diantara perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI dan sesuai dengan kriteria tertentu. Kriteria yang harus dipenuhi oleh saham untuk bisa masuk dalam kelompok LQ 45 adalah saham dari perusahaan yang termasuk dalam 60 perusahaan dengan kapitalisasi pasar tertinggi pada 12 bulan terakhir, termasuk dalam 60 perusahaan dengan nilai transaksi tertinggi di bursa reguler selama 12 bulan terakhir, terdaftar dalam BEI minimal selama 3 bulan, dan memiliki kondisi finansial baik, prospek pertumbuhan baik, serta nilai dan frekuensi transaksi yang tinggi. LQ 45 merupakan perusahaan-perusahaan terbaik dan memiliki kecenderungan profitabilitas yang tinggi.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Sari dan Zuhrohtun dalam Rahayu, 2010). Profitabilitas dinilai mampu memberikan kepastian mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Kemampuan perusahaan dalam memberikan harapan yang mantap terhadap nilai (hasil) di masa datang maka menyebabkan perusahaan tersebut akan dinilai tinggi oleh masyarakat (Indriyo, 1984). Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Perspektif ekonomi menganggap perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983 dalam Basamalah dan Jermias 2005). Melalui penerapan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2005 dalam Yuniasih dan Wirakusuma, 2007). Hal tersebut menandakan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan menjadi lebih kuat ketika perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi juga melakukan pengungkapan informasi terkait langkah apa yang telah dilakukan perusahaan untuk kebaikan lingkungan (CSR). Berdasarkan uraian tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Luas pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang termasuk dalam LQ45 selama periode 2009-2011. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling dengan kriteria termasuk dalam LQ45 selama 2009-2011 berturut-turut serta menggunakan rupiah sebagai satuan dalam laporan keuangannya sehingga didapatkan 24 perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen yang diterbitkan dalam situs www.idx.co.id.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier dan Moderated Regression Analysis (MRA). Analisis regresi linier merupakan analisis mengenai hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Moderated Regression Analysis (MRA) adalah analisis regresi yang menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. Variabel moderasi dapat dikatakan sebagai pure moderator jika interaksi antara variabel moderasi dan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menggunakan MRA dengan satu variabel prediktor (X), maka analisis dilakukan dengan membandingkan tiga persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderator. Ketiga persamaan tersebut adalah (Ghozali, 2011:229):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \quad (i)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (ii)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e \quad (iii)$$

Keterangan:

Y = variabel dependen
 α = konstanta
 $\beta_1, 2, 3$ = koefisien regresi
 X_1 = variabel independen
 X_2 = variabel moderator
 $X_1 X_2$ = bentuk interaksi antara variabel independen dan moderator
 e = faktor eror

Apabila variabel moderatorterdikasikan sebagai pure moderator maka diperlukan pengujian lanjutan untuk mengetahui apakah variabel tersebut benar – benar merupakan pure moderator dengan membuat regresi interaksi dengan persamaan regresi sebagai berikut (Ghozali, 2011:232).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_3 X_1 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen
 α = konstanta
 $\beta_1, 2, 3$ = koefisien regresi
 X_1 = variabel independen
 $X_1 X_2$ = bentuk interaksi antara variabel independen dan moderator
 e = faktor eror

Variabel Penelitian

Nilai Perusahaan

Variabel terikat dalam penelian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2000:7). Nilai perusahaan pada penelitian ini

diukur dengan rumus Tobins yang dirujuk dari penelitian Herawaty (2008), yaitu:

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

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan
 EMV = Nilai Pasar Ekuitas (Closing Price x Jumlah Saham Beredar)
 D = Nilai Buku dari Total Hutang
 EBV = Nilai Buku dari Ekuitas (Total Aset - Total Hutang)

Profitabilitas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Hanafi dan Halim, 2009:83). Profitabilitas pada penelitian ini diukur dengan Return on Asset (ROA).Formula yang digunakan untuk menghitung ROA menurut Hanafi dan Halim (2009:83) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Luas Pengungkapan CSR

Variabel moderating yang digunakan pada penelitian ini adalah luas pengungkapan CSR. Luas pengungkapan CSR diukur dengan melihat informasi yang terkait dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan. Instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Siregar (2008) dalam Rahayu (2010) yaitu 78 item pengungkapan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
nilai prshn (Q)	72	1.049	15.003	2.81353	2.608551
profitabilitas (ROA)	72	.011	.407	.12477	.099452
luas pgkpn csr	72	.269	.782	.56389	.112091
Valid N (listwise)	72				

Sumber : Data yang diolah, 2014

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 17. Variabel nilai perusahaan yang diukur dengan Tobins Q memiliki nilai terendah 1,049 dan nilai tertinggi 15,003. Nilai rata-rata Q dari keseluruhan sampel sebesar 2,814 dan nilai standar deviasinya sebesar 2,609. Variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA memiliki nilai terendah sebesar 0,011 dan nilai tertinggi sebesar 0,407. Nilai ROA dari keseluruhan sampel memiliki rata-rata sebesar 0,125 serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,099. Variabel luas pengungkapan CSR memiliki nilai terendah sebesar 0,269 dan nilai tertinggi sebesar 0,782. Nilai luas pengungkapan CSR dari keseluruhan perusahaan yang menjadi sampel memiliki rata-rata sebesar 0,564serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 0,112.

Hasil uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,033 yang menunjukkan bahwa data yang digunakan

dalam penelitian terdistribusi secara tidak normal. Hasil uji kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,420 setelah dilakukan penormalan data dengan menggunakan model regresi double-log. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan regresi parsial kemudian membandingkan nilai R2 dengan model utama. Nilai R2 dari model utama sebesar 0,725, nilai dari R2 dari model regresi antar variabel independen masing-masing lebih rendah yaitu 0,341, artinya dalam regresi parsial tidak terdapat multikolinieritas. Hasil uji run test menunjukkan nilai signifikansi 1,000 artinya tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual. Hasil uji Glejser menunjukkan tidak ada variabel yang signifikan terhadap nilai absolut residual, artinya tidak terdapat heteroskedastisitas.

Hasil Pegujian Hipotesis 1

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.127	.105		20.170	.000
	LnROA	.535	.040	.850	13.513	.000

Dependent Variable: LnQ

Sumber: Data yang diolah, 2014

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H1 diterima, yang berarti Return on Asset (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tabel 2 menunjukkan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2007)serta Gosh dan Gosh (2003) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti setiap perubahan profitabilitas diikuti pula oleh perubahan nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas yang signifikan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan teori

sinyal (signalling theory). Profitabilitas merupakan sinyal yang berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Profitabilitas juga mampu mengurangi informasi asimetri, karena profitabilitas merupakan informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang, dan jika perusahaan mampu memberikan harapan yang mantap terhadap nilai (hasil) di masa datang maka menyebabkan perusahaan tersebut akan dinilai tinggi oleh masyarakat (Indriyo, 1984).

Hasil Pegujian Hipotesis 2

Tabel 3. Tabel Hasil Analisis Regresi Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.896	.363			7.978	.000
	LnROA	.885	.149	1.408		5.953	.000
	LnCSR	1.269	.637	.441		1.993	.050
	LnROA*LnCSR	.536	.227	.919		2.358	.021

Dependent Variable: LnQ

Sumber: Data yang diolah, 2014

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H2 ditolak yang berarti luas pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tabel 3 menunjukkan bahwa interaksi CSR pada regresi yang ditunjukkan oleh variabel LnROA*LnCSR signifikan terhadap LnQ pada nilai signifikansi 0,021. Namun CSR sebagai variabel independen

tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,050 yang berarti terindikasi bahwa CSR merupakan variabel *pure moderator* sehingga diperlukan uji lebih lanjut untuk menentukan apakah CSR merupakan variabel *pure moderator* atau tidak.

Tabel 4 Tabel Hasil Regresi *Pure Moderator*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.212	.121			18.224	.000
	LnROA	.640	.085	1.018		7.511	.000
	LnROA*LnCSR	.110	.079	.189		1.392	.168

a. Dependent Variable: LnQ

Sumber: Data yang diolah, 2014

Tabel 4 menunjukkan bahwa interaksi CSR pada regresi yang ditunjukkan oleh variabel LnROA*LnCSR tidak signifikan terhadap LnQ dengan nilai signifikansi 0,168. Hasil ini menunjukkan bahwa luas pengungkapan CSR bukan merupakan variabel *pure moderator* artinya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa luas pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Rahayu (2010).

Hasil ini berarti walaupun suatu perusahaan mengungkapkan aspek *Corporate*

Social Responsibility (CSR), tetapi tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tersebut di mata para investor. Hal ini dikarenakan bahwa *Corporate Social Responsibility* di Indonesia merupakan hal yang bukan lagi bersifat sukarela melainkan sudah diamanatkan dalam UU RI nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Isi dalam UU tersebut yang terkait dengan CSR ada pada pasal 66 ayat 2 yaitu mengatur tentang apa saja yang harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan salah satunya adalah laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang tertera pada

butir c. Selain itu pasal 74 juga berisi tentang kewajiban perusahaan untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam serta adanya sanksi bila tidak dilaksanakan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang sudah dilakukan sebelumnya, simpulan yang diperoleh adalah Return on Asset (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan LQ 45 tahun 2009-2011. Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan sinyal yang menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik dari perusahaan lain, serta mampu memberikan kepastian prospek perusahaan dimasa depan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Simpulan yang kedua Corporate Social Responsibility (CSR) tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan CSR bersifat wajib dari sudut pandang hukum seperti yang sudah tertera dalam UU RI nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penginterpretasian hasil analisis, penelitian ini menggunakan data tahun 2009-2011 karena adanya keterbatasan waktu dalam penyelesaian studi dimana hal tersebut merupakan alasan utama peneliti melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan item pengungkapan CSR Siregar (2008) yang memberikan hasil pengukuran luas pengungkapan CSR milik perusahaan jasa cenderung lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan manufaktur.

Saran-saran yang dapat diajukan berdasarkan keterbatasan penelitian adalah bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk data yang lebih kini dengan harapan hasil yang didapat nantinya dapat sesuai dengan keadaan masa kini. Bagi peneliti selanjutnya disarankan pula dapat menggunakan item pengungkapan CSR GRI dengan harapan hasil yang didapatkan lebih baik dari hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI). Jakarta: Rineka Cipta.
- Basamalah, Anies S. dan Jhonny Jermias. 2005. "Social and Environmental Reporting and Auditing In Indonesia, Maintaining Organizational Legitimacy?". *Gadjah Mada International Journal of Business* Vol 7 No. 1, pp 109-127.
- Carningsih. 2009. "Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan (studi Kasus Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI)". *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Corporate Social Responsibility (CSR). 2009. Dalam *Etika Bisnis*, Universitas Marotama.
- Ghosh, Shaurabh dan Arijit Ghosh. 2003. "Do Leverage, Dividend Policy and Profitability influence the Future Value of Firm? Evidence from India". <http://ssrn.com/abstract=1158251>.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi (Edisi 3)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackston, David dan Markus J. Milne. 1996. "Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal* Vol. 9 No. 1, pp 77-108.
- Hanafi, Mamduh dan Abdul Halim. 2009. *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Keempat). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Handoko, Yuanita. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Herawaty, Vinola. 2007. "Peran *Praktek Corporate Governance* Sebagai *Moderating Variable* dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan". Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Akuntansi.
- Husnan, Suad. 2000. *Manajemen Keuangan, Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Yogyakarta: BPF.

- Indriyo. 1984. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman* (Edisi 2007). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Keown, Arthur J, et al. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. diterjemahkan oleh Chaerul D Djakman dan Dwi Sulistyorini. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi*: Universitas Diponegoro.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. "Corporate Governance Dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Dibursa Efek Indonesia)". *Tesis*: Universitas Diponegoro.
- Rahayu, Sri. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)". *Skripsi*: Universitas Diponegoro.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelian Perusaahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Silveria, Alexandre Di Miceli da dan Lucas Ayres B. de C. 2007. "Corporate Governance Quality and Firm Value in Brazil". <http://ssrn.com/abstract=923310>.
- Siregar, Baldric. 2003. "Utang Atau Ekuitas: Pengujian Empiris *Pecking Order Hypothesis*". Dalam *Jurnal Akuntansi Manajemen*, Volume 14 No. 2 Edisi Agustus 2003. Hal 23-33. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sosiologi, Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat & CSR Definisi dan Dimensi CSR*. <http://mahmudisiwi.staff.ipb.ac.id/2011/05/06/definisi-dan-dimensi-csr/>. (25 Oktober 2012).
- Suharto, Edi. 2008. "Corporate Social Responsibility: Whats is and Benefits for Corporate". *Makalah* disajikan dalam Seminar Dua Hari CSR (Corporate Social Responsibility): Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Jakarta 13-14 Februari 2008.
- Susanti, Rika. 2010. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Go Public yang Listed tahun 2005-2008)". *Skripsi*: Universitas Diponegoro.
- Tarmudji, Tarsis. 1992. *Statistik Dunia Usaha (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Liberty.
- Teori Struktur Modal*. <http://www.informasiku.com/2011/04/teori-struktur-modal.html>. (25 Oktober 2012).
- Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. http://www.esdm.go.id/batubara/doc_download/6-undang-undang-nomor-40-tahun-2007.html. (10 Maret 2014).
- Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland. 1999. *Manajemen Keuangan (Edisi Kedelapan)*. Terjemahan Jaka Wasana dan Kirbrandoko. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Made Gede Wirakusuma. 2007. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Universitas Udayana*.
- Zuraedah. 2010. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi". *Skripsi*: Universitas Pembangunan Nasional Veteran.