PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERMASUK DALAM INDEKS SRI-KEHATI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Sari Maulida Vonna [1)]
Linda Rahmazaniati [2)]
[1)] Universitas Teuku Umar – Meulaboh
[2)] Magister Akuntansi Universitas Syiah Kuala - Banda Aceh

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI selama 5 tahun (2009-2013). Pemilihan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling, dan diperoleh sebanyak 16 perusahaan. Data di proses dengan menggunakan balanced panel data. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah path analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas e berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Pengungkapan CSR, Profitabilitas.

Abstract: *This study aimed to examine the effect of profitability to corporate social responsibility disclosure and its impact on the firm value. The population in this study is index SRI-KEHATI company listed on the Indonesian Stock Exchange during the 5 years (2009-2013). The sample was selected using purposive sampling method and obtained a sample of 16 companies. The data are process by using a balanced panel data. The method of analysis used in this study were path analysis. The results of this study show that profitability have influence to the disclosure of corporate social responsibility. Profitability, and disclosure of corporate social responsibility have influence to firm value.*

Keywords*: Firm Value, Corporate Social Responsibility, Profitability.*

PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan.Nilai perusahaan ditentukan oleh kesuksesan atau kegagalan manajemen perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Fuad, et al. (2006:23) nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika perusahaan akan dijual. Harga saham suatu perusahaan dapat berubah setiap waktu.Peningkatan atau penurunan harga saham tergantung pada manajemen dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba. Ketika laba meningkat, nilai perusahaan akan naik dan kenaikan tersebut akan diikuti dengan naiknya harga saham. Naiknya nilai perusahaan akan menimbulkan keyakinan dihati investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Tambunan, 2007:11).

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Hal tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan disekitar dimana perusahaan beroperasi.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan (Sartono, 2010:123). Ketika laba meningkat, maka perusahaan akan melakukan lebih banyak tanggung jawabnya terhadap masyarakat. Ini didukung oleh teori legitimasi (legitimacy theory), dimana perusahaan mendapat legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya (Wardani dan Januarti, 2013). Saraswati dan Hadiprajitno (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan CSR dengan baik akan direspon positif oleh masyarakat dan investor. Dengan demikian, nilai perusahaan akan naik dan kenaikan tersebut akan diikuti oleh naiknya harga saham.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Pertanggungjawaban sosial perusahaan tergantung kepada bagaimana manajemen mengelola aset untuk menghasilkan laba. Ketika laba meningkat, maka perusahaan akan melakukan lebih banyak tanggung jawabnya terhadap masyarakat. Ini didukung oleh teori legitimasi (legitimacy theory), dimana perusahaan mendapat legitimasi (respon) baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya (Wardani dan Januarti, 2013). Hal ini sejalan dengan penelitian Wardani dan Januarti (2013) menyatakan bahwa dengan profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki lebih banyak dana yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan CSR.

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadappengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Peusahaan

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham

(Prasetyorini, 2013). Dengan demikian, peningkatan harga saham akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan akan menimbulkan keyakinan di hati investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan, maka akan melahirkan sentimen positif yang sangat kuat kepada para investor, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat dengan relatif besar. Hal ini sejalan dengan penelitian Barakat (2014) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Peusahaan

Apabila perusahaan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang, masyarakat akan menerima dengan baik kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada masanya dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan akan berusaha melakukan apa saja untuk meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya dengan mengungkapkan pertanggungjawaban perusahaan terhadap masyarakat di sekitar perusahaan beroperasi. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh masyarakat maupun investor. Hal ini sejalan dengan penelitian Gregory et al. (2014) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian dijelaskan sebagai berikut (Sekaran, 2006:155):.

1. **Tujuan Studi**
   Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis (hypothesis testing) yang telah dikembangkan berdasarkan teori-teori dan penelitian terdahulu.Hipotesis yang dirumuskan menjelaskan pengaruh antar variabel.
2. **Jenis Investigasi**
   Penelitian ini bersifat kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat antar variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (Sekaran, 2006:165).
3. **Tingkat Intervensi**
   Tingkat intervensi dalam penelitian ini adalah intervensi minimal.Peneliti tidak bermaksud melakukan intervensi/manipulasi data untuk mempengaruhi hasil.
4. **Unit Analisis**
   Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam indeks SRI KEHATI yang terdaftar di BEI.
5. **Horizon Waktu**
   Horizon waktu yang dilakukan oleh peneliti adalah studi longitudinal dimana data yang dikumpulkan pada dua batas waktu berbeda, yaitu periode 2009 sampai dengan 2013.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan digunakannya perusahaan indeks SRI-KEHATI karena merupakan perusahaan yang memiliki kesadaran terhadap lingkungan, sosial dan tata kelola perusahaan yang baik.

Pemilihan sampel dilakukan melalui metode purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan pada beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu (Sekaran, 2006:136). Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Sampel

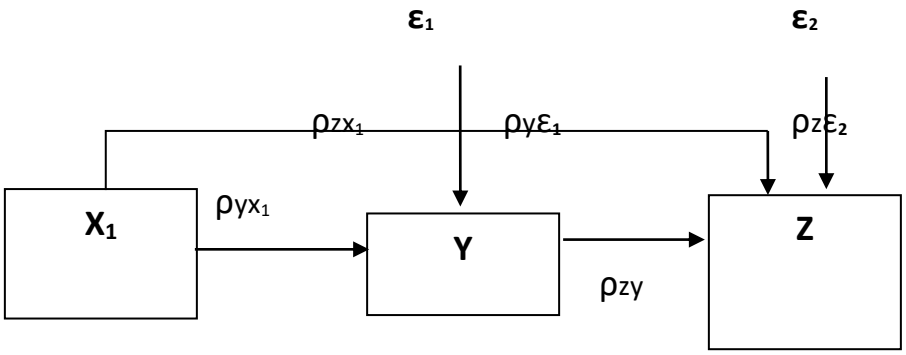
Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI-KEHATI	25
Perusahaan yang tidak konsisten masuk dalam daftar indeks SRI-KEHATI	(9)
Jumlah sampel	16
Jumlah tahun pengamatan	5
Total observasi	**80**

Sumber: Data diolah, 2018

Metode Analisis

Model analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah standardized multiple regression model (model regresi berganda yang distandarkan) yang bertujuan untuk menguji dan menganalisispengaruh profitabilitas dan financial leverage terhadap pengungkapan CSRdan dampaknya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang termasuk dalam indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI.Pada dasarnya model regresi yang distandarkan dinamakan juga analisis jalur (path analysis). Path analysis adalah pola hubungan sebab akibat yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Riduwan dan Kuncoro, 2011:2). Langkah awal untuk mengerjakan atau penerapan model path analysis yaitu dengan merumuskan persamaan structuraldan diagram jalur pada Gambar 1.

$Y = \rho yx1X1 + \varepsilon 1$ ..... (1)
$Z = \rho zx1X1 + \rho zyY + \varepsilon 2$ ..... (2)



Gambar 1 Model struktural penelitian

Keterangan:
X1 = Profitabilitas;
Y = Corporate Social Responsibility;
Z = Nilai Perusahaan;
ρ = Koefisien path;
Ɛ1 = Variabel lain yang mempengaruhi Y; dan
Ɛ2 = Variabel lain yang mempengaruhi Z

Rancangan Pengujian Hipotesis
Dalam menganalisis dan pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solution).Untuk menguji pengaruh variabel independen (profitabilitas dan financial leverage), variabel intervening (CSR) dan variabel dependen (nilai perusahaan) dilakukan dengan menggunakan path analysis, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik agar hasil pengujian tidak bersifat bias dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Z > 0,05, yaitu variabel profitabilitas (1,246), financial leverage (2,613), pengungkapan CSR (0,699) dan nilai perusahaan (2,247) maka dapat disimpulkan data yang dimiliki adalah data yang berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas
Hasil pengujian dengan menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel financial leverage sebesar 0,368 dan pengungkapan CSR sebesar 0,602 > 0,05, artinya tidak terjadi heterokedastisitas pada kedua variabel tersebut, namun diketahui nilai signifikansi variabel profitabilitas sebesar 0,048 < 0,05, artinya terjadi heterokedastisitas pada variabel tersebut.

3. Uji Autokorelasi

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin Watson menunjukkan bahwa nilai d sebesar 1,907 selanjutnya membandingkan dengan tabel signifikansi 5% maka diperoleh nilai dU sebesar 1,72. Nilai d sebesar 1,907 lebih besar dari dU yakni 1,72 dan kurang dari (4-dU) yakni 2,280, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Substruktur 1

Pengujian hipotesis tentang pengaruh profitabilitas (X1) terhadap CSR (Y) dapat ditentukan melalui jalur koefisien dengan persamaan substruktur 1.

$Y = 0.230X1 + Ɛ1$

Pengaruh setiap variabel secara terinci untuk model 1 dapat dilihat pada Tabel 2.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, Ha1 diterima apabila $\rho yx1 \neq 0$, yaitu $\rho yx1 = 0,230$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima. Nilai signifikansi 0,061 > 0,05, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Koefisien jalur profitabilitas sebesar 0,230, artinya setiap kenaikan laba perusahaan terhadap total aktiva akan meningkatkan pengungkapan CSR sebesar 23,0% dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hal ini berarti profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda dan Siagian (2012) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian Chauhan dan Amit (2014) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bombay Stock Exchange.

Substruktur 2

Pengujian hipotesis tentang pengaruh profitabilitas (X1) dan CSR (Y) terhadap nilai perusahaan (Z) dapat ditentukan melalui jalur koefisien dengan persamaan substruktur 2.

$Z = 0.815X1–0.092Y + Ɛ2$

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, Ha2 diterima jika $\rho zx1 \neq 0$, yaitu $\rho zx1 = 0,815$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha2 diterima. Nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien jalur profitabilitas sebesar 0,815, artinya setiap kenaikan laba perusahaan terhadap total aktiva akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 81,5% dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hal ini berarti profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Barakat (2014) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai pasar. Namun

hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Haque dan Faruquee (2013) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai pasar.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, Ha3 diterima jika ρzy≠ 0, yaitu ρzy= -0,092, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima. Nilai signifikansi 0,310 > 0,05, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien jalur pengungkapan CSR sebesar -0,092, artinya setiap kenaikan pengungkapan CSR akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 9,2% dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hal ini berarti pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Gregory et al. (2014) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan di Brazil. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Lech (2013) yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Langsung (Derect Effect), Tidak Langsung (Inderect Effect/IE) dan Pengaruh Total (Total Effect)

Adapun perhitungan lengkap pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2.
Pengaruh Langsung dan Tidak langsung Variabel X1, X2 dan Y terhadap Variabel Z

Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (Z)	**Nilai Koefisien**	**Total**
Profitabilitas (X_1) : Pengaruh Langsung : ρzx_1x ρzx_1 = (0.815 x 0.815) x 100% Pengaruh Tidak langsung : Melalui Y : ρzx_1 x ρzy x rx_1y = (0.815 x -0.092 x 0.389) x 100%	0.660 -0.029	66.0% -2.9%
Corporate Social Responsibility (Y) : Pengaruh Langsung : ρzyx ρzy= (-0.092 x -0.092) x 100% Pengaruh Tidak Langsung : Melalui X_1 : ρzyx ρzx_1 x ryx_1 = (-0.092 x 0.815 x 0.389)x 100%	0.009 -0.029	0.9% -2.9%
Total **Variabel lain**	0.611 0.389	61.1% 38.9%

Sumber: Data diolah, 2018

1) Pengaruh langsung variabel profitabilitas (X1) terhadap nilai perusahaan (Z) adalah sebesar 0,660 atau 66,0 %. Pengaruh tidak langsung melalui pengungkapan CSR (Y) sebesar -0,029 atau 2,9%.
2) Pengaruh langsung variabel pengungkapan CSR (Y) terhadap nilai perusahaan (Z) adalah sebesar 0,009 atau 0,9%. Pengaruh tidak langsungnya melalui profitabilitas (X1) sebesar -0,029 atau 2,9%.
3) Total pengaruh langsung dan tidak langsung pengaruh profitabilitas (X1) terhadap pengungkapan corperate social responsibility (Y) serta dampaknya terhadap nilai perusahaan (Z) adalah 0.611atau 61.1 %. Total pengaruh langsung dan tidak langsung secara bersama-sama adalah sebesar 0.611 atau 61.1%, sedangkan 0.389atau 38.9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam model penelitian ini.

Bila dikaitkan dengan kriteria dari Baron dan Kenny (1986), maka dapat diidentifikasi efek mediasi sebagai berikut:
1. Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen,
2. Variabel independen berpengaruh terhadap variabel mediasi,
3. Variabel mediasi harus berpengaruh terhadap variabel dependen,
4. Full/perfect mediation terjadi jika pengaruh variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara langsung, tetapi berpengaruh ketika melibatkan variabel mediasi, selanjutnya partial mediation terjadi jika variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung adalah signifikan

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi secara parsial (partial mediation) pada model penelitian ini, yaitu pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR secara parsial (partial mediation).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan objek penelitian yang lebih luas, tidak hanya pada perusahaan yang termasuk dalam indeks SRI-KEHATI serta mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan juga diharapkan dapat mengungkapkan informasi Corporate Social Responsibility secara terpisah dalam Sustainability Report yang mengacu pada standar yang dikeluarkan Global Reporting Initiative (GRI).

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Barakat, Abdallah. 2014. The Impact of Financial Structure, Financial Leverage and Profitability on Industrial Companies Shares Value (Applied Study on a

Sample of Saudi Industrial Companies). ***Research Journal of Finance and Accounting***, Vol. 5(1), p. 55-66.

Baron, R. M. dan Kenny, D. A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. ***Journal of Personality and Social Psychology***. Vol. 51(6), p. 1173-1182.

Chaucan, Swati. dan Amit. 2014. A Relational Study of Firm's Characteristics and CSR Expenditure. ***Procedia Economics and Finance***. Vol.11, p. 23-32.

Fuad, M., C. Handayani, Nurlela, Sugiarto, dan Paulus. 2006. ***Pengantar Bisnis***. Edisi Kelima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Gregory, A., R. Tharyan. dan J. Whittaker. 2014. Corporate Social Responsibility and Firm Value: Dissagregating the Effects on Cash Flow, Risk and Growth. ***J Bus Ethics.*** Vol. 1***,*** p. 633-657.

Haniffa, R.M. dan T.E. Cooke. 2005. The Impact of Culture and Government on Corporate Social Reporting. ***Journal of Accounting and Public Policy***, Vol. 24, p. 391-430.

Haque, Samina. dan M. Faruquee. 2013. Impact of Fundamental Factors on Stock Price: A Case Based Approach on Pharmaceutical Companies Listed with Dhaka Stock Exchange. ***International Journal of Business and Management Invention***, Vol. 2(9), p. 34-41.

Kohansal, M. R., A. Dadrasmoghaddam., K. M. Karmozdi. dan A. Mohseni. 2013. Relationship between Financial Ratios and Stock Prices for The Food Industry Firms in Stock Exchange of Iran. ***World Applied Programming***. Vol. 3(10), p. 512-521.

Lech, Aleksandra. 2013. Corporate Social Responsibility and Financial Performance. Theoritical and Empirical Aspects. ***Comparative Economics Research***. Vol. 16(3), p. 49-62.

Lucyanda, Jurica. Dan L. G. Prilia. Siagian. 2012. The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure. ***The 2012 International Conference on Business and Management***, Vol. 1, p. 601-619.

Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. ***Simposium Nasional Akuntansi XI***. Pontianak.

Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. ***Jurnal Ilmu Manajemen***. Vol. 1(1), p. 183-196.

Saraswati, R. dan B. Hadiprajitno. 2013. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. ***Diponegoro Journal of Accounting***.Vol. 2(1), p. 1-11.

Sartono, R. Agus. 2010. ***Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi***. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Sekaran, Uma. 2006. ***Metode Penelitian untuk Bisnis***. Buku dua, Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.

Shleifer, Andrei, A. Chong, dan Florencio. 2007. ***Investor Protection and Corporate Governance***. New York: The Inter-American Development Bank.

Solikahan E. Z, K. Ratnawati dan A. H. Djawahir. 2013. Pengaruh Leverage dan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. ***Jurnal Aplikasi Manajemen***. Vol. 1(3), p. 427-433.

Tambunan, Andy Porman. 2007. ***Menilai Harga Wajar Saham (Stock Valuation)***. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Wardani, N. K. dan I. Januarti. 2013. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Rerponsibility (CSR). ***Diponegoro Journal of Accounting.*** Vol. 2(2), p. 1-15.

Yintayani, N. N dan N.K. Muliati. 2012. Factors that Influence Corporate Social Responsibility. ***Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan***. Vol. 8(2), p. 127-138.