

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE
GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh:

Krisna Bakti D.P.A.R
2015210348

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

PERSETUJUAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Krisna Bakti D.P.A.R

Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 29 April 1997

N.I.M : 2015210348

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Sarjana

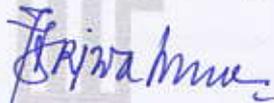
Konsentrasi : Keuangan

Judul : Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan
Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan *Good
Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 26 MARET 2019



(Dra.Ec. Sri Lestari Kurniawati, M.S.)

Ketua Program Studi Manajemen,

Tanggal: 10 APRIL 2019



(Burhanudin, SE., Msi., Ph.D)

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD
CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Krisna Bakti D.P.A.R
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2015210348@students.perbanas.ac.id
Surabaya

ABSTRACT

Corporate value is a value to measure the level of company quality and value that explains how much the level of interest of a corporate in the eyes of its customer. A good corporate value indicates that the company has good finance. Corporate value is measured by Tobin's Q. The independent variable in this study is profitability. The moderating variable in this study are corporate social responsibility and good corporate governance. The purpose of this study is to determine the effect of profitability on firm value by disclosing corporate social responsibility and good corporate governance in manufacturing corporates in the Indonesian stock exchange for the period 2013-2017. The results of this study indicate that: 1) Profitability has no significant negative effect on corporate value. 2) Corporate social responsibility is not able to moderate the effect of profitability on corporate value. 3) Good corporate governance is able to moderate the influence of profitability on the corporate value in a negative direction.

Keywords : *Profitability, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Corporate Value*

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang bergerak dalam pengaplikasian peralatan dan suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual (Heizer, 2005). Perusahaan manufaktur diantaranya ada di bidang pakaian dan tekstil, elektronik, minyak, *food and beverage*, dan masih banyak lainnya. Perusahaan manufaktur pada dasarnya adalah suatu perusahaan yang setiap tahunnya tumbuh, dikarenakan setiap manusia juga membutuhkan barang-barang tersebut seperti makanan, pakaian, minyak, elektronik, dan lain-lain. Jika perusahaan setiap tahunnya tumbuh, maka menandakan bahwa nilai perusahaan dari perusahaan tersebut bagus. Nilai perusahaan adalah nilai untuk mengukur tingkat kualitas

perusahaan dan nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan di mata pelanggannya (Rahayu, 2010). Nilai perusahaan yang baik menandakan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik. Sebuah perusahaan menginginkan untuk dapat memperoleh keuntungan seperti yang diharapkan. Perusahaan yang memiliki kondisi, posisi, dan kinerja keuangan yang baik akan memberikan nilai positif terhadap reputasi perusahaan dan akan lebih menarik minat investor untuk melakukan investasi.

Semakin banyak investor yang melakukan investasi di perusahaan tersebut, maka semakin tinggi pula harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan tersebut dapat dicapai jika

perusahaan mampu mencapai laba yang ditargetkan. Melalui laba yang diperoleh perusahaan akan mampu memberikan dividen kepada pemegang saham. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas (Nanang Ari, 2016).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu (Munawir, 2004:33). Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan berarti tinggi pula efisiensi penggunaan aset yang digunakan oleh perusahaan, maka setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya. Jika keuntungan perusahaan tinggi, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Ayu Oktyas Putri (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai kinerja keuangan yaitu profitabilitas (*Return on Asset*) terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memasukkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan penerapan *good corporate governance* (GCG) sebagai variabel pemoderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah pengaruh antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan strategi perusahaan yang dapat memberikan *good image* pada perusahaan dengan tidak hanya berfokus pada aspek keuangan saja, melainkan harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial juga. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan sehingga akan mendorong minat investor untuk berinvestasi yang berakibat meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Ayu Oktyas Putri (2015), dan Sigit Hermawan, Afiyah Nurul Maf'ulah (2014) yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi kinerja keuangan (Profitabilitas) terhadap nilai perusahaan.

Good Corporate Governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang saham, komisaris, dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan guna tetap mempertimbangkan dan memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya (Sutedi, 2012:1). Dengan adanya GCG, perusahaan diharapkan mampu mengelola perusahaannya dengan baik dan meningkatkan profitabilitasnya, sehingga nilai perusahaannya pun juga ikut meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian Luh Eni Muliani, Gede Adi Yuniarta, Kadek Sinarwati (2014) yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* mampu memoderasi kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan ke arah negatif.

Berdasarkan penjelasan di atas dan masih adanya perbedaan diantara penelitian-penelitian yang telah dilakukan maka akan dilakukan penelitian kembali tentang Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Signaling Theory

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi apa saja yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik. Sinyal tersebut dapat berupa promosi atau informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Rahayu, 2010).

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Perusahaan mengetahui lebih banyak

mengenai kondisi perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak eksternal (Wolk et al, 2000).

Stakeholder Theory

Teori *Stakeholder* merupakan kumpulan kebijakan-kebijakan dan praktik-praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, penghargaan masyarakat dan lingkungan, dan komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholder-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok stakeholder inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. *Corporate social responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memenuhi keinginan para *stakeholder*, semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan maka para *stakeholder* juga akan semakin memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan mencapai laba yang diinginkan (Chariri dan Ghozali, 2007:409).

Legitimacy Theory

Menurut (Gray et al, 1996) Teori lain yang melandasi *Corporate Social Responsibility* adalah teori legitimasi. Pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat.

Menurut (Deegan,2004) Teori legitimasi, menjelaskan bahwa perusahaan secara berlanjut memastikan bahwa mereka

telah beroperasi dan bekerja di dalam norma dan aturan yang berlaku di dalam masyarakat. Di dalam teori legitimasi dijelaskan bahwa ada 'kontrak sosial' antara perusahaan dan masyarakat, kontrak sosial secara sederhana didefinisikan sebagai harapan masyarakat terhadap bagaimana sebuah bisnis itu beroperasi.

Dengan demikian, perusahaan diharapkan selalu memperhatikan dampak lingkungan bisnisnya serta peduli terhadap harapan masyarakat, sehingga dapat menjaga kelanjutan bisnis perusahaan. Jika tercipta keselarasan antara perusahaan dengan masyarakat, maka perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat serta dapat meningkatkan profitabilitas di masa yang akan datang.

Agency Theory

Konsep *good corporate governance* muncul dan berkembang karena adanya teori agensi. Teori agensi didasari pada permasalahan agensi yang muncul ketika pengurusan suatu perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Asumsi dasar dalam teori agensi adalah bahwa manajer akan bertindak secara oportunistik dengan mengambil keuntungan pribadi sebelum memenuhi kepentingan pemegang saham. Konflik kepentingan yang disebabkan oleh kemungkinan bahwa agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal memicu timbulnya biaya keagenan yaitu biaya yang timbul agar manajer bertindak selaras dengan tujuan pemilik.

Menurut (Cahyani, 2009) Konflik keagenan akan lebih sering muncul manakala kepemilikan terdistribusi secara luas yang menyebabkan pemilik semakin tidak dapat melakukan kontrol yang efektif terhadap manajer yang mengelola perusahaan. Pemegang saham memiliki kekuasaan yang sangat kecil untuk mengendalikan perilaku manajer khususnya yang berkaitan dengan keputusan manajemen yang dapat merugikan kepentingan pemegang saham.

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan sebagai

suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal. Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Ketika mereka dipilih oleh pemegang saham, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham.

Nilai Perusahaan

Menurut (Noerirawan, 2012) Nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa jenis yaitu *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV), Tobin's Q.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2001).

Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)} \dots\dots(1)$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

- Q = Nilai perusahaan
- EMV = Nilai pasar ekuitas
- EBV = Nilai buku dari total aktiva
- D = Nilai buku dari total hutang

Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yang dikenal juga sebagai rasio rentabilitas.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dalam penelitian ini, profitabilitas dihitung menggunakan *Return On Assets* (ROA).

ROA (*Return On Total Assets*) merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah asset perusahaan secara keseluruhan. ROA juga menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh asset yang dimiliki perusahaan.

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Besarnya perhitungan pengembalian atas aktiva menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tersedia bagi para pemegang saham biasa dengan seluruh aktiva yang dimilikinya (Syahyunan, 2004:85).

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Average\ Total\ Assets} \dots\dots(2)$$

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang saham, komisaris, dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan guna tetap mempertimbangkan dan memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya (Sutedi, 2012:1). Penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dapat berkontribusi

dalam peningkatan kinerja perusahaan. Pelaksanaan semua kegiatan perusahaan seharusnya telah sesuai dengan prinsip dasar GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, kemandirian, pertanggungjawaban dan kewajaran.

Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* diukur menggunakan kepemilikan manajerial. Kepemilikan Manajerial adalah sebuah proporsi saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen (direksi maupun komisaris) yang diukur dari presentase jumlah saham manajemen. Dengan adanya kepemilikan manajerial ini, dapat menekan masalah keagenan dan semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan lebih giat untuk meningkatkan kinerjanya karena manajemen mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham sendiri yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Kepemilikan manajerial dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham pihak manajerial}}{\text{Jumlah saham perusahaan}} \times 100\% \dots(3)$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar pilar ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif di setiap pilar (Sukada dkk, 2006).

Pengungkapan CSR dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) yang terlebih dahulu dilakukan dengan cara *checklist item*, terdapat 91 item yang tersebar pada tiga kategori utama. Dengan indikator inilah informasi pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan diukur melalui pemberian skor. Untuk melihat pengungkapan sosial perusahaan dalam beberapa indikator berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI), maka dapat menggunakan *checklist item* yang

terdiri dari 9 *item* indikator ekonomi, 34 *item* indikator lingkungan, dan 48 *item* indikator sosial. *Corporate Social Responsibility* dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSDI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{91 \text{ item}} \dots\dots(4)$$

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Suatu perusahaan yang memaksimalkan penggunaan aset yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, berarti perusahaan melakukan operasional dengan baik. Dengan operasional yang baik, maka perusahaan diharapkan akan mampu mendapatkan laba yang tinggi. Laba yang tinggi mampu menarik minat investor untuk menanamkan modalnya dengan cara membeli saham perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang tertarik dalam membeli saham perusahaan tersebut, maka harga saham perusahaan tersebut akan meningkat. Hal itu semua dapat menaikkan nilai perusahaan itu sendiri. Jadi, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Luh Eni Muliani, Gede Adi Yuniarta, Kadek Sinarwati (2014) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi CSR

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi pun dapat menerapkan CSR yang baik pula. Perusahaan dapat melakukan tindakan seperti peduli terhadap masyarakat ataupun lingkungan sekitar dalam rangka penerapan CSR perusahaan itu sendiri, dengan tindakan seperti itu maka perusahaan dapat meningkatkan *image* perusahaannya menjadi lebih baik di mata masyarakat ataupun para investor. Semakin meningkatnya *image* perusahaan di mata masyarakat ataupun para investor, maka semakin meningkat pula nilai

perusahaannya. Hal ini didukung oleh penelitian Sigit Hermawan, Afiyah Nurul Maf'ulah (2014) yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan (Profitabilitas) terhadap nilai perusahaan.

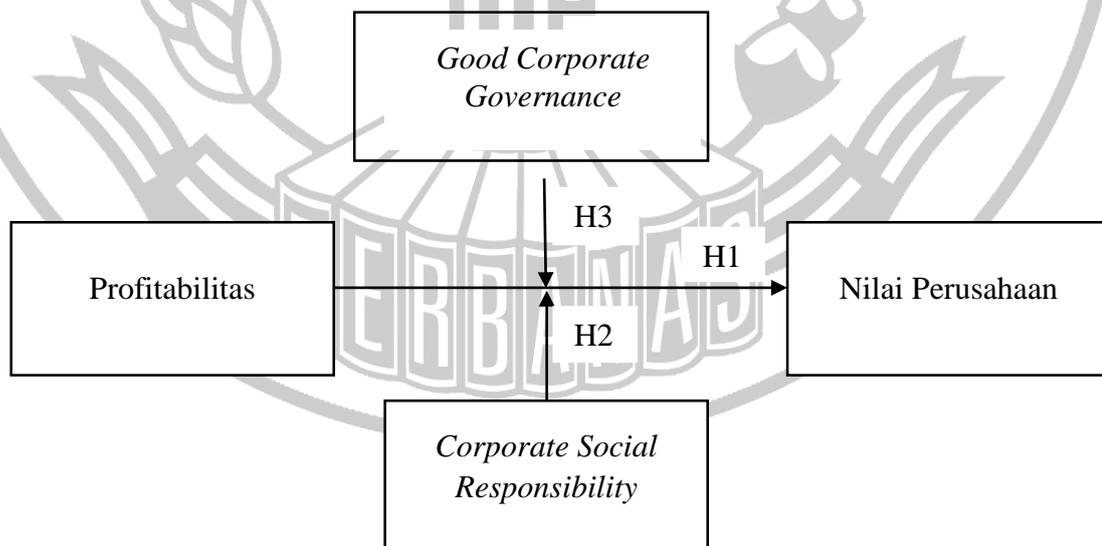
Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi GCG

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Para manajerial perusahaan akan terpengaruh untuk berperilaku oportunistik ketika keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut semakin tinggi. Adanya kepemilikan manajerial dan tidak adanya kontrol yang baik antara manajemen dan pemilik, dapat membuat manajemen dan pemilik akan bersikap oportunistik dan cenderung melakukan tindakan atas kemauannya sendiri yang dapat mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan itu sendiri.

Sebaliknya, dengan adanya kepemilikan manajerial di suatu perusahaan maka para manajerial perusahaan (direksi maupun komisaris) merasa mempunyai saham di perusahaan tersebut. Para manajerial akan melakukan pengawasan

dan pengurusan perusahaan agar tidak adanya kecurangan di perusahaan tersebut seperti memanipulasi penyajian laporan keuangan agar sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mendapatkan profitabilitas yang tinggi. Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan kepentingan internal perusahaan dan pemegang saham untuk mengarah ke arah yang lebih baik dalam pengambilan keputusan keuangan perusahaan yaitu untuk meningkatkan profitabilitas, semakin meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan maka nilai perusahaannya juga ikut meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian Luh Eni Muliani, Gede Adi Yuniarta, Kadek Sinarwati (2014) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* mampu memoderasi kinerja keuangan (Profitabilitas) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan sebelumnya, maka dapat dikaitkan antara profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka didapatkan kerangka pemikiran hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi
- H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderasi, diantaranya adalah: (1) Variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. (2) Variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*. (3) Variabel moderasi yang mempengaruhi yaitu *Good Corporate Governance (GCG)* yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan adalah perusahaan dalam sektor manufaktur pada periode 2013-2017 yang termasuk dalam kriteria, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive sampling* agar mendapatkan hasil yang *representative*. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada

tahun 2013-2017. (2) Perusahaan manufaktur yang dewan komisaris maupun dewan direksinya memiliki saham di perusahaan tersebut pada tahun 2013-2017. (3) Perusahaan manufaktur yang melaporkan *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2013-2017.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif yang diperoleh menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi didapat melalui publikasi laporan keuangan lengkap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan akhir tahun pembukuan pada tanggal 31 Desember 2013-2017 melalui *website* Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan definisi secara operasional mengenai variabel dependen maupun variabel independen, serta alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ditiap-tiap variabel.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah sebuah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan di mata pelanggannya. Nilai perusahaan (Tobin's Q) dapat diperoleh dari Hasil perkalian antara harga saham dan jumlah saham yang beredar, ditambah dengan nilai buku dari total hutang, dan dibagi oleh total hutang. Perhitungan nilai perusahaan dapat dihitung dengan merujuk pada rumus nomor 1.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Profitabilitas (ROA) dapat diperoleh dari Laba bersih dibagi dengan Total aset. Perhitungan profitabilitas dapat dihitung dengan merujuk rumus nomor 2.

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang saham, komisaris, dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan guna tetap mempertimbangkan dan memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya. *Good Corporate Governance* (Kepemilikan manajerial) dapat diperoleh dari jumlah saham yang dimiliki pihak manajerial dibagi dengan total modal saham perusahaan yang beredar lalu dikali seratus persen. Perhitungan GCG dapat dihitung dengan merujuk rumus nomor 3.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar pilar ekonomi, sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSDI) dapat diperoleh dari jumlah item yang diungkapkan dibagi dengan delapan puluh empat item. Perhitungan CSR dapat dihitung dengan merujuk rumus nomor 4.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik.

Analisis Deskriptif

Analisis yang menjelaskan secara deskriptif dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat

$$Y = \beta_0 + \beta_1 ROA + e$$

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

β_0 = Koefisien konstanta

β_1 = Koefisien regresi

e = Standard error

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen

(profitabilitas) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Koefisien determinasi parsial (r^2) adalah alat yang digunakan untuk mengukur kemampuan profitabilitas sebagai variabel independen secara parsial dalam mempengaruhi nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai r^2 antara nol dan satu ($0 < r^2 < 1$). Jadi, dapat dijelaskan bahwa nilai r^2 menunjukkan angka yang paling besar maka semakin besar variabel tersebut yang mendominasi dalam mempengaruhi variabel dependen. (Ghozali, 2011)

Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan analisis yang terdapat unsur interaksi, yang digunakan untuk menguji pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1(ROA) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1(ROA) + \beta_2$$

$$X_2(CSR) + \beta_3 X_1(ROA)$$

$$X_2(CSR) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1(ROA) + \beta_3$$

$$X_3(GCG) + \beta_4 X_1(ROA)$$

$$X_3(GCG) + e$$

Keterangan :

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi

e : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik statistik deskriptif yang digunakan untuk mengetahui gambaran data sampel penelitian. Statistik deskriptif menggambarkan jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai median, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Pada penelitian ini menggunakan nilai perusahaan pada tahun 2013-2017 sebagai variabel dependen. Variabel profitabilitas,

corporate social responsibility, good corporate governance pada tahun 2013-2017 sebagai variabel independen. Statistik

deskriptif variabel penelitian disajikan pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1
STATISTIK DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	75	-0,091	0,277	0,04468	0,074836
CSR	75	0,0549	0,3297	0,153107	0,0721165
GCG	75	0,0001	0,7393	0,127517	0,1838159
Nilai Perusahaan	75	0,17	1,32	0,5667	0,22328
Valid N (listwise)	75				

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil uji analisa deskriptif pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai minimum variabel profitabilitas sebesar -0,091 atau -9,1% yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak efektif dalam mengelola asetnya untuk mendapatkan laba dan perusahaan mendapatkan pendapatan yang lebih kecil daripada biaya produksinya yang mengakibatkan laba bersih nya negatif. Kemudian nilai maksimum variabel profitabilitas sebesar 0,277 atau 27,7% yang menunjukkan bahwa perusahaan efektif dalam mengelola asetnya untuk mendapatkan laba dan perusahaan mempunyai ROA lebih dari rata-rata (0,04468 atau 4,468%). Kemudian standar deviasi sebesar 0,074836 atau 7,4836% , yang berarti bahwa variasi penyebaran data sebesar 7,4836%.

Nilai minimum variabel *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,0549 yang menyatakan bahwa perusahaan kurang memperhatikan CSR dan karena perusahaan tersebut hanya mempunyai beberapa kegiatan CSR yang mampu diungkapkan berdasarkan indeks GRI G4. Kemudian nilai maksimum variabel *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,3297 yang menyatakan bahwa perusahaan INDF sangat memperhatikan CSR dan perusahaan mempunyai banyak kegiatan CSR yang mampu diungkapkan berdasarkan indeks GRI G4. Nilai CSR yang lebih dari rata rata (0,153107). Kemudian standar deviasi sebesar

0,0721165, yang menyatakan bahwa variasi penyebaran data sebesar 0,0721165.

Nilai minimum variabel *good corporate governance* (GCG) sebesar 0,0001 atau 0,01% yang menyatakan bahwa perusahaan KRAS kurang memperhatikan tata kelola perusahaannya dan lebih memprioritaskan sahamnya untuk dimiliki oleh pihak eksternal. Kemudian nilai maksimum variabel *good corporate governance* (GCG) sebesar 0,7393 atau 73,93% yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tata kelola perusahaan yang baik dan lebih memprioritaskan sahamnya untuk dimiliki oleh pihak internal perusahaan itu sendiri. Perusahaan tersebut memiliki nilai GCG lebih dari rata-rata (0,127517 atau 12,7517%). Kemudian standar deviasi sebesar 0,1838159 atau 18,38159%, yang menyatakan bahwa variasi penyebaran data sebesar 18,38159%.

Nilai minimum untuk variabel nilai perusahaan sebesar 0,17 kali. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai Tobins Q yang lebih rendah dibanding dengan nilai buku atau nilai wajar rendah (*undervalued*). Sedangkan nilai maksimum sebesar 1,32 kali menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai Tobins Q yang lebih tinggi dibanding dengan nilai buku atau nilai wajar (*overvalued*) dan perusahaan tersebut memiliki nilai Tobins Q lebih dari rata-rata (0,5667 kali). Kemudian standar deviasi sebesar 0,22328, yang menyatakan bahwa variasi penyebaran data sebesar 0,22328.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui diterima atau ditolak pada saat menguji variabel profitabilitas

terhadap variabel nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan SPSS 23.0 dan hasil pengolahannya dapat dilihat secara lengkap dalam lampiran. Berikut adalah hasil pengolahan data regresi linier :

Tabel 2
HASIL UJI REGRESI

Model	B	t _{hitung}	t _{tabel}	Sign	r ²
(Constant)	0,587	19,625		0,000	
Profitabilitas	-0,461	-1,335	1,666	0,186	0,024
r		-0,154			
r ²		0,024			

Sumber : data diolah

Berdasarkan dari tabel 2 diketahui bahwa dapat dijelaskan nilai koefisien regresi sebagai berikut : (1) Nilai konstan memiliki nilai sebesar 0,587 artinya jika variabel profitabilitas dalam posisi konstan memiliki nilai besarnya nol, maka nilai perusahaan besarnya 0,587. (2) Dilihat dari persamaan tersebut besarnya nilai variabel profitabilitas dapat dijelaskan bahwa setiap kenaikan variabel profitabilitas sebesar satu satuan, maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,461

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah secara parsial variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada tabel 2 menjelaskan bahwa t_{hitung} profitabilitas sebesar -1,335 selanjutnya dapat menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 0,186 dan df1 = 1, df2 = 73, maka t_{tabel} diperoleh sebesar 1,666. Dilihat dari hasil tersebut t_{hitung} < t_{tabel} yaitu -1,335 < 1,666 serta signifikan profitabilitas lebih besar dari yang ditentukan yaitu 0,186 > 0,05. Hasil dari dua analisis tersebut menyatakan H₀ diterima maka dapat dijelaskan bahwa

secara parsial profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi Parsial (r²)

Koefisien determinasi parsial (r²) adalah alat yang digunakan untuk mengukur kemampuan profitabilitas (ROA) sebagai variabel independen secara parsial dalam mempengaruhi nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai r² antara nol dan satu (0 < r² < 1). Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi parsial (r²) : r² (Profitabilitas) = -0,154² = 0,024, artinya kontribusi Profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 2,4%.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Penelitian ini menggunakan *moderated regression analysis* (MRA) untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel *moderating*. Untuk mempermudah menganalisis dengan menggunakan MRA peneliti menggunakan SPSS 23.0 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3
HASIL UJI MODERATED REGRESSION ANALYSIS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,394	0,074		5,309	0,000	
Profitabilitas	0,098	0,832	0,033	0,118	0,906	
CSR	0,860	0,393	0,278	2,187	0,032	
GCG	0,476	0,128	0,392	3,735	0,000	
CSR*Prof	1,973	5,319	0,098	0,371	0,712	H ₀ Diterima
GCG*Prof	-5,861	2,052	-0,359	-2,857	0,006	H ₀ Ditolak

Sumber : data diolah

Dari hasil uji t pada tabel 3 di atas diperoleh nilai signifikansi untuk interaksi antara variabel profitabilitas dengan *corporate social responsibility* sebesar $0,712 > 0,05$ H_0 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* bukan merupakan variabel moderasi antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Sedangkan nilai signifikansi antara profitabilitas dengan *good corporate governance* sebesar $0,006 < 0,05$ H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa variabel *good corporate governance* merupakan variabel moderasi antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan *Return On Asset (ROA)*. ROA mencerminkan tingkat hasil pengembalian atas seluruh aset yang dimiliki perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham. Nilai ROA yang tinggi maka harga saham pun meningkat. Peningkatan pada harga saham berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat di mata investor.

Kegiatan operasional perusahaan yang memanfaatkan penggunaan aset perusahaan yang maksimal akan mendapatkan laba yang tinggi. Dengan tingginya tingkat laba yang dihasilkan, berarti prospek perusahaan untuk menjalankan operasinya di masa depan juga tinggi sehingga nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan akan meningkat pula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas

berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan, meskipun perusahaan mengalami peningkatan keuntungan namun perusahaan menggunakan keuntungan tersebut untuk laba ditahan dan tidak dibagikan kepada para pemegang saham. Sehingga investor menganggap itu *signal* yang negatif dan berdampak pada nilai perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sigit Hermawan, Afiah Nurul Maf'ulah (2014) yang menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang turun mempengaruhi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, seperti *return on equity (ROE)*, *leverage*, dan lain sebagainya.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi CSR

Pada penelitian ini menggunakan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. *Corporate Social Responsibility* digunakan untuk mengukur kemampuan memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar pilar ekonomi, sosial dan lingkungan.

Hasil dari uji moderasi menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Karena variabel $CSR*Prof$ memiliki signifikansi $(0,712) > 0,05$, maka H_0 diterima. Ketika sebuah perusahaan sudah mendapatkan laba yang tinggi, maka perusahaan tersebut lebih mempertimbangkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dengan memanfaatkan aset perusahaan yang dimiliki untuk mendapatkan *return* yang diinginkan. Adanya *Corporate Social Responsibility (CSR)* di perusahaan tersebut, maka perusahaan tersebut akan

mengeluarkan biaya untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat mengurangi profitabilitas perusahaan. Profitabilitas yang semakin menurun juga dapat menurunkan nilai perusahaan juga. Maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dita Murpradana (2015) yang menyatakan bahwa CSR mampu secara signifikan memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi GCG

Hasil dari uji moderasi menunjukkan bahwa *good corporate governance* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ke arah negatif (memperlemah). Hasil koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen cenderung lebih berperilaku oportunistik dan cenderung melakukan tindakan atas kemauannya sendiri ketika perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan yang tinggi.

Kepemilikan saham oleh pihak manajerial tidak dapat mengatasi konflik keagenan (*agency conflict*) antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan dalam sampel menggunakan kepemilikan manajerial dalam persentase yang kecil untuk mengatasi konflik keagenan (*agency conflict*), sehingga masalah keagenan tidak teratasi dan manajemen tidak melakukan kebijakan-kebijakan yang dapat memakmurkan pemegang saham (*principal*) dan menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Ani Muliani, Gede Adi Yuniarta, Kadek Sinarwati (2014) bahwa *good corporate governance* mampu memoderasi

(memperlemah) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 dan dengan menggunakan kriteria yang sudah ditentukan di metode *purposive sampling* didapatkan sampel sebanyak 17 perusahaan dengan jumlah N sebanyak 85. Tetapi ketika peneliti menggunakan 85 observasi dan menyebabkan hasil tidak fit, oleh karena itu peneliti melakukan outlier sehingga mendapatkan 75 observasi yang digunakan sebagai penelitian. Pengujian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk variabel moderasi dengan menggunakan SPSS 23.

Berdasarkan dari pengujian yang dilakukan, maka kesimpulannya sebagai berikut : (1) Profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (3) *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ke arah negatif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan kembali bagi peneliti selanjutnya. Berikut adalah keterbatasan dari penelitian ini : (1) Penelitian ini menggunakan periode tahun 2013-2017 dan hanya menggunakan 17 sampel perusahaan yang mendapatkan 85 sampel observasi perusahaan. Perlu dilakukan outlier untuk mendapatkan hasil yang fit dan menjadikan 75 sampel observasi

perusahaan. (2) Penggunaan variabel bebas yang mempengaruhi nilai perusahaan yang hanya diwakili oleh variabel profitabilitas hanya menjelaskan sebesar 2,4% sedangkan 97,6% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Berdasarkan dari hasil yang telah dilakukan, penelitian ini masih memiliki keterbatasan maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya. Berikut adalah saran yang peneliti terkait penelitian ini : (1) Bagi Peneliti harus menambah pengetahuannya dalam mengerjakan skripsi, mulai dari pencarian data-data yang dibutuhkan tentang semua variabel di masing-masing perusahaan dan juga mengenai format penulisan skripsi dan peneliti seharusnya mempermudah kriteria penelitiannya agar mendapatkan sampel perusahaan yang lebih banyak. (2) Bagi Perusahaan sebaiknya memperhatikan profitabilitas dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi manajer dalam pengambilan keputusan mengenai penggunaan aset perusahaan dalam kegiatan operasional untuk mendapatkan keuntungan lebih, guna untuk mendapatkan profitabilitas yang lebih tinggi dan dapat menarik investor dalam berinvestasi pada perusahaan dan perusahaan juga harus mempertimbangkan kegiatan CSR dan juga penerapan GCG yang baik untuk menarik minat investor menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut dan dapat menaikkan nilai perusahaannya. (3) Bagi Peneliti Selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian serupa mengenai nilai perusahaan sebaiknya menggunakan proksi lain untuk menghitung nilai perusahaan agar mendapatkan hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya dan disarankan adanya penambahan variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan agar mendapatkan hasil yang signifikan. Tidak hanya penambahan variabel saja, tetapi peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan proksi lain untuk menghitung profitabilitas. (4) Bagi Investor harus memperhatikan beberapa hal sebelum

berinvestasi di perusahaan tersebut, yaitu profitabilitas, bahkan *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* nya untuk mengetahui seberapa bagus nilai perusahaan tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Cahyani, N. (2009). Good Corporate Governance dalam Perspektif Teori Agensi. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 47-53.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, e. a. (1996). Accounting and accountability: Changes and challenges in corporate social and enviromental reporting. Prentice hall europe, Hemel Hempstead.
- Heizer. (2005). *Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jensen, & Meckling. (1976). The Theory of The Firm : Managerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial and Economies*.
- Luh Eni Muliani, G. A. (2014). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responcebility dan good corporate governance sebagai variabel pemoderasi. *e-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Munawir. (2004). Analisa Laporan Keuangan, Edisi Keempat, Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta: Liberty
- Nanang, A. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan indeks LQ45 di Bursa

- Noerirawan. (2012). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Vol.1 No.2*, 4.
- Puspita, R. R. (2011). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai variabel pemoderasi pada BUMN yang terdaftar di BEI tahun 2005-2009. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Putri, A. O. (2015). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Rahayu. (2010). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance sebagai variabel moderasi. Skripsi. FE. Universitas Diponegoro.
- Sigit Hermawan, A. N. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 103-118.
- Sukada, d. (2006). *Membumikan Bisnis yang Berkelanjutan "Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan"*. Jakarta: Indonesia Business Link.
- Sutedi. (2012). *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Weston, & Copeland. (2001). *Manajemen Keuangan Jilid 1. Edisi ke-9*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wolk, e. a. (2000). *Accounting Theory: A conceptual institusional approach*.