

ANALISIS EMPIRIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI PERUSAHAAN *HIGH PROFILE* DI INDONESIA

Jessica Lorena Matondang dan Rahmawati Hanny Yustrianthe

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I – Indonesia

jessica_lorena193@yahoo.com dan rahmahanny@gmail.com

Abstrak: Studi ini bertujuan menganalisis secara empiris faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Sampel dalam penelitian ini adalah 37 perusahaan *high profile* di Bursa Efek Indonesia. Data dianalisis dengan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, Kepemilikan Saham Publik, Dewan Komisaris, Media Pengungkapan, *Leverage* dan Kepemilikan Saham Manajerial tidak berpengaruh pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Biaya politik memiliki pengaruh pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Profitabilitas, Biaya Politik dan *leverage* memiliki pengaruh pada nilai Perusahaan. Kepemilikan Saham publik, Dewan Komisaris, Kepemilikan Saham Manajerial dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak berpengaruh pada Nilai Perusahaan. Profitabilitas, Biaya Politik, Kepemilikan Saham Publik, Dewan Komisaris, Pengungkapan Media, *Leverage* dan Kepemilikan Saham Manajerial tidak berpengaruh pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara bersamaan. Profitabilitas, Biaya Politik, Kepemilikan Saham Publik, Dewan Komisaris, *Leverage*, Pengungkapan Kepemilikan Saham Manajerial dan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh pada nilai perusahaan secara simultan.

Kata kunci: nilai perusahaan, profitabilitas, biaya politik, kepemilikan publik, dewan komisaris, pengungkapan media, *leverage*, kepemilikan manajerial, dan pengungkapan *corporate social responsibility*

Abstract: This study aims to analyze the factors that affect the company value (empirical study on high profile companies listed on the Indonesia Stock Exchange period 2011-2014). The sample in this research were 37 companies. Data were analyzed by using path analysis. The results showed that the profitability, public ownership, board of commissioners, media disclosure, leverage, and managerial ownership have no effect on disclosure of corporate social responsibility. Political costs have effect on disclosure of corporate social responsibility. profitability, political costs and leverage affect the company value. Public ownership, board of commissioners, managerial ownership and disclosure of corporate social responsibility have no effect on the value company. Profitability, political costs, public ownership, board of commissioners, media disclosure, leverage and managerial ownership have no effect on disclosure of corporate social responsibility simultaneously. Profitability, political costs, public ownership, board of commissioners, leverage, managerial ownership and disclosure of corporate social responsibility have effect on value company simultaneously.

Keywords: value company, profitability, political cost, public ownership, board of commissioners, media disclosure, leverage, managerial ownership, disclosure of corporate social responsibility

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era teknologi dan perdagangan bebas saat ini, keberlangsungan usaha perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Hal tersebut menjadikan persaingan bisnis semakin ketat. Akibatnya, perusahaan lebih fokus untuk mengejar keuntungan semata tanpa memperhatikan lingkungannya. Adanya ketidakseimbangan antara perusahaan, karyawan, lingkungan, dan ekosistem yang merupakan suatu kesatuan pendukung eksistensi perusahaan dapat merusak keberlangsungan perusahaan itu sendiri (Agustine, 2014). Oleh karena itu, maka dilakukan realisasi dari tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) atas kesatuan ekosistem tersebut sekaligus membangun citra baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Nilai saham perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja dan nilai perusahaan yang baik. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, banyak faktor yang dinilai memengaruhi nilai perusahaan. Beberapa diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Adnantara (2013), Anggraini (2006), Retno M dan Priantinah (2012), Kristi (2012), Nur dan Priantinah (2012), Sujoko dan Soebiantoro (2007), Agustina (2013), Anggraini (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Pratiska (2013) dan Marhamah (2013). Salah satu faktor yang dinilai memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan akan mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba, apabila laba perusahaan semakin tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat. Nur dan Priantinah (2012) dan Kristi (2012) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Agustina (2013), Agustine (2014), Dewi dan Wirajaya (2013), Pratiska (2013) dan Sujoko dan Soebiantoro (2007) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Biaya politis adalah fungsi dari tingkat pengawasan politik dan pentingnya perusahaan menyalurkan kekayaan atas dampak kegiatan politik masyarakat terhadap perusahaan (Mills, Nutter dan Schwab, 2010). Biaya politis diukur dengan ukuran perusahaan (*size*) yang diprosikan dengan total aset. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil. Marhamah (2013), Kristi (2012) dan Nur dan Priantinah (2012) membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sujoko dan Soebiantoro (2007) membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Wirajaya (2013) dan Marhamah (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan saham publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik di dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan, maka tingkat pengungkapan informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan kepada publik akan semakin luas, guna menjaga kepercayaan publik dan investor terhadap perusahaan. Hal tersebut juga akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan

karena publik dan investor telah memberikan pandangan yang positif kepada perusahaan. Adnantara (2013) membuktikan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan terhadap CSR. Nur dan Priantinah (2011) membuktikan bahwa hubungan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kristi (2012) membuktikan bahwa hubungan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris memiliki pengaruh yang kuat untuk menekan dan mengawasi kinerja manajemen perusahaan agar dapat bekerja lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan dan dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dengan menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak. Anggraini (2013) menyatakan bahwa, hubungan dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nur dan Priantinah (2011) menyatakan bahwa, hubungan dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan (Kristi, 2012). Nur dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa, pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Hal inilah yang menjadi bagian pada proses membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktek CSR. Nur dan Priantinah (2011) menyatakan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kristi (2012) menyatakan bahwa, pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage menunjukkan proporsi aset perusahaan yang dibiayai dengan utang. Kelebihan utang yang besar akan memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan, yang menimbulkan *financial distress* sehingga nilai perusahaan menurun. Sujoko dan Soebiantoro (2007) dan Pratiska (2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nur dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Anggraini (2006) membuktikan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial.

Kepemilikan saham manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Manajer yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menyamakan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2011). Anggraini (2006) membuktikan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial, Adnantara (2013), Sujoko dan Soebiantoro (2007) dan Agustine (2014) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah suatu bentuk kepedulian entitas terhadap lingkungan dan sosial yang diintegrasikan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat (Ramadhani dan Hadiprajitno, 2012). Marhamah (2013), Retno M dan Priantinah (2012) dan Agustina (2013) menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dari uraian

pendahuluan tersebut, maka peneliti merumuskan tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, biaya politis, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan saham manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan, menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, dan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

KAJIAN TEORI

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Ekowati, Prasetyono dan Wulandari (2014) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Agustina (2013), Agustine (2014), Dewi dan Wirajaya (2013), Pratiska (2013) dan Sujoko dan Soebiantoro (2007) telah membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H_{1a} : Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_{1b} : Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Biaya Politis terhadap Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan.

Biaya politis adalah fungsi dari tingkat pengawasan politik dan pentingnya perusahaan menyalurkan kekayaan atas dampak kegiatan politik masyarakat terhadap perusahaan (Mills, Nutter dan Schwab, 2010). Biaya politis diukur dengan ukuran perusahaan (*size*) yang diproksikan dengan total aset. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba. Marhamah (2013), Kristi (2012) dan Nur dan Priantinah (2012) membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sujoko dan Soebiantoro (2007) membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Wirajaya (2013) dan Marhamah (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H_{2a} : Biaya politis memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_{2b} : Biaya politis memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan.

Kepemilikan saham publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik di dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan, maka tingkat pengungkapan informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan kepada publik akan semakin luas guna menjaga kepercayaan publik dan investor terhadap perusahaan, dan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena publik memiliki fungsi kontrol untuk mengawasi kegiatan manajemen agar perusahaan

dijalankan dengan benar dan kepentingan dalam perusahaan terpenuhi. Adnantara (2013) membuktikan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan terhadap CSR. Nur dan Priantinah (2011) membuktikan bahwa hubungan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Kristi (2012) membuktikan bahwa hubungan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H_{3a} : Kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
H_{3b} : Kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris memiliki pengaruh yang kuat untuk menekan dan mengawasi kinerja manajemen perusahaan agar dapat bekerja lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan dan dapat mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial dengan menekan manajemen agar mengungkapkan informasi CSR lebih banyak. Anggraini (2013) menyatakan bahwa, hubungan dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nur dan Priantinah (2011) menyatakan bahwa, hubungan dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H_{4a} : Dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR
H_{4b} : Dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Pengungkapan Media terhadap Pengungkapan CSR. Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan (Yao, et al., 2011) dalam (Kristi, 2012). Nur dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa, pengkomunikasian *corporate social responsibility* melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Hal inilah yang menjadi bagian pada proses membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktek *corporate social responsibility* (Melati, 2014). Kristi (2012) menyatakan bahwa, pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nur dan Priantinah (2011) menyatakan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : Pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan. *Leverage* menunjukkan kemampuan sejauh mana operasi perusahaan dibiayai dengan utang. Kelebihan utang yang besar akan memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan, yang menimbulkan *financial distress* sehingga nilai perusahaan menurun. Sujoko dan Soebiantoro (2007) dan Pratiska (2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nur dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Anggraini (2006) membuktikan *leverage* tidak berpengaruh terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial.

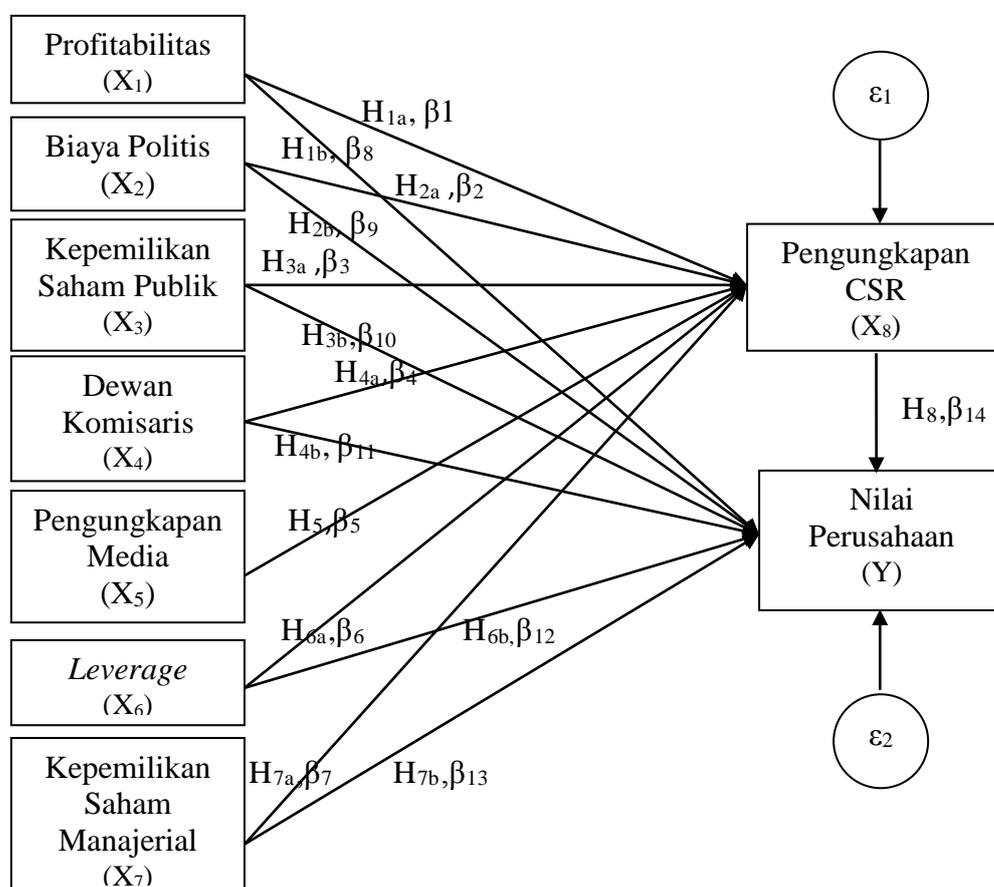
Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H_{6a} : *Leverage* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR
H_{6b} : *Leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Saham Manajerial terhadap Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan. Kepemilikan saham manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2011). Anggraini (2006) membuktikan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial, Adnantara (2013), Sujoko dan Soebiantoro (2007) dan Agustine (2014) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut :

H_{7a} : Kepemilikan saham manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

H_{7b} : Kepemilikan saham manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk kepedulian entitas terhadap lingkungan dan sosial yang diintegrasikan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan

masyarakat (Ramadhani dan Hadiprajitno, 2012). Marhamah (2013), Retno M dan Priantinah (2012) dan Agustina (2013) menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H₈: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai Perusahaan

METODE

Populasi dan Sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 yang berjumlah 154 perusahaan. Kriteria untuk menentukan perusahaan *high-profile*, mengikuti pengelompokan menurut Roberts (1992), Dierkes dan Preston (1977) dan Patten (1991) dalam Hackston dan Milne (1996) yaitu perusahaan di bidang konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik.

Pemilihan sampel ditentukan secara *sampling purposive*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 37 perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2014, dengan kriteria sebagai berikut: (a) Perusahaan *high profile* yang tercatat sebagai emiten pada periode 2011, 2012, 2013 dan 2014 secara kontinyu (tidak pernah delisting); (2) Perusahaan *high profile* yang berturut-turut pada tahun 2011-2014 tutup buku pada tanggal 31 Desember; (3) Perusahaan *high profile* yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap dan telah diaudit serta melaporkannya dalam mata uang Rupiah; (4) Perusahaan *high profile* memiliki data yang terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data. Data dalam penelitian ini berupa data sekunder, yakni *annual report* perusahaan periode 2011-2014 yang berasal dari situs *website* BEI, yaitu www.idx.co.id. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel. Nilai Perusahaan (Y). Variabel nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar perusahaan dibagi dengan biaya penggantian modal atau sering dikenal dengan rasio Tobin's Q. Variabel nilai perusahaan tersebut diukur sebagaimana yang digunakan dalam penelitian Adnantara (2013) dan Sindhudiptha dan Yasa (2013) berikut:

$$Q = \frac{MVE + D}{TA} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana: Q = Nilai perusahaan; MVE = Nilai pasar ekuitas (*market value equity*) merupakan hasil perkalian antara harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun; D = Nilai buku dari total hutang; TA = Total aktiva.

Profitabilitas (X₁). Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam rangka meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Variabel profitabilitas tersebut diukur dengan menggunakan rumus yang digunakan dalam penelitian Agustina (2013) berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2)$$

Biaya Politis (X₂). Biaya politis adalah fungsi dari tingkat pengawasan politik dan pentingnya perusahaan menyalurkan kekayaan atas dampak kegiatan politik masyarakat terhadap perusahaan (Mills, Nutter dan Schwab, 2010). Variabel biaya politis ini dihitung dengan rumus seperti yang digunakan dalam penelitian Sujoko dan Soebiantoro (2007) berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln (\text{total aset}) \dots\dots\dots(3)$$

Kepemilikan Saham Publik (X₃). Kepemilikan saham publik adalah jumlah saham yang dimiliki oleh publik di dalam suatu perusahaan. Variabel ini dihitung dengan rumus seperti yang digunakan dalam penelitian Nur dan Priantinah (2012).

$$\text{KSP} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Lembar Saham Publik}}{\text{Total Lembar Saham Perusahaan}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Dewan Komisaris (X₄). Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Variabel ini dihitung dengan rumus seperti yang digunakan oleh Nur dan Priantinah (2012) berikut:

$$\text{Dewan Komisaris} = \Sigma \text{ Dewan Komisaris Perusahaan} \dots\dots\dots(5)$$

Pengungkapan Media (X₅). Media merupakan pusat perhatian masyarakat luas mengenai sebuah perusahaan (Yao, et al., 2011) dalam (Kristi, 2012). Variabel ini diukur dengan variabel *dummy* seperti yang digunakan oleh Kristi (2012) dan Nur dan Priantinah (2012) yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* perusahaan dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media *website* perusahaan.

Leverage (X₆). *Leverage* menunjukkan kemampuan sejauh mana operasi perusahaan dibiayai dengan utang. Variabel ini dihitung dengan rumus seperti yang digunakan dalam penelitian Retno M dan Priantinah (2012) berikut:

$$\text{Leverage} = \text{Total Utang} : \text{Total Ekuitas} \dots\dots\dots(6)$$

Kepemilikan Saham Manajerial (X₇). Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Variabel ini dihitung dengan rumus seperti yang digunakan dalam penelitian Agustine (2014).

$$\begin{aligned} \text{Kepemilikan Saham Manajerial} \\ = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \dots\dots\dots(7) \end{aligned}$$

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (X₈). *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk kepedulian entitas terhadap lingkungan dan sosial yang diintegrasikan ke dalam operasinya dan interaksinya dengan

stakeholder. Variabel ini diukur dengan rumus yang digunakan dalam penelitian Nur dan Priantinah (2012) dan Retno M dan Priantinah (2012).

$$\text{Corporate Social Responsibility Disclosure Index} \dots\dots\dots(8)$$

$$= \frac{\text{Jumlah item CSR disclosure yang diungkapkan perusahaan}}{84 \text{ item CSR disclosure menurut GRI versi 3.1}}$$

Teknik Analisis Data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa teknik, diantaranya adalah uji normalitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Sedangkan uji asumsi klasiknya meliputi uji normalitas regresi, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji linieritas. Selain itu, juga dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) dengan tahapan sebagaimana berikut:

Sub struktur 1 (Pengaruh antara ROE, BP, KSP, DK, PM, LEV dan KSM terhadap CSR):

$$\text{LNCSR} = \alpha + \beta_1 \text{LNROE} + \beta_2 \text{LNBP} + \beta_3 \text{LNKSP} + \beta_4 \text{LNNDK} + \beta_5 \text{LNPM} + \beta_6 \text{LNLEV} + \beta_7 \text{LNKSM} + \varepsilon_1 \dots\dots\dots(9)$$

Sub struktur 2 (Pengaruh antara ROE, BP, KSP, DK, LEV, KSM dan CSR terhadap NP):

$$\text{LNNP} = \alpha + \beta_8 \text{LNROE} + \beta_9 \text{LNBP} + \beta_{10} \text{LNKSP} + \beta_{11} \text{LNNDK} + \beta_{12} \text{LNLEV} + \beta_{13} \text{LNKSM} + \beta_{14} \text{LNCSR} + \varepsilon_2 \dots\dots\dots(10)$$

Pengujian hipotesis sub struktur 1 dan sub struktur 2 masing-masing diuji dengan uji signifikansi parameter individual (uji statistik t), uji signifikansi simultan (uji statistik F) dan koefisien determinasi (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sub struktur 1 yaitu pengaruh antara ROE, BP, KSP, DK, PM, LEV dan KSM terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-6,730	2,334		-2,884	0,005
	LNROE	0,267	0,356	0,064	0,750	0,455
	LNBP	1,454	0,692	0,178	2,102	0,037
	LNKSP	0,031	0,060	0,043	0,509	0,611
	LNNDK	-0,303	0,170	-0,151	-1,779	0,077
	LNPM	0,042	0,172	0,020	0,243	0,808
	LNLEV	-0,033	0,056	-0,049	-0,588	0,557
	LNKSM	-0,115	0,098	-0,101	-1,177	0,241

a. Dependent Variable: LNCSR

Berdasarkan Tabel 1 maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{LNCSR} = -6,730 + 0,267\text{LNROE} + 1,454\text{LNBP} + 0,031\text{LNKSP} - 0,303\text{LNDK} + 0,042\text{LNPM} - 0,033\text{LNLEV} - 0,115\text{LNKSM}$$

Tabel 1 di muka juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (karena sign 0,455 > 0,05), yang berarti **H_{1a} ditolak**. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Kristi (2012), Nur dan Priantinah (2012) dan Anggraini (2006) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Biaya politik berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (sign 0,037 < 0,05), yang berarti **H_{2a} diterima dan terbukti**. Semakin besar total aset perusahaan mengindikasikan ukuran perusahaan juga bertambah besar dan tanggung jawab sosial yang dilakukan akan semakin luas serta mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan Marhamah (2013) dan Nur dan Priantinah (2012) yang membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (sign 0,611 > 0,05), yang berarti **H_{3a} ditolak**. Rendahnya persentase saham publik pada perusahaan sampel menyebabkan pemegang saham publik memiliki pengaruh yang lemah terhadap keputusan manajerial, termasuk dalam pengungkapan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2012) dan Nur dan Priantinah (2011) yang membuktikan kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun bertentangan Adnantara (2013) yang membuktikan hubungan kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (sign 0,077 > 0,05), yang berarti **H_{4a} ditolak**. Apabila dewan komisaris berjumlah kecil maka perusahaan akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih baik, dikarenakan dewan komisaris yang berjumlah kecil akan memiliki efektivitas yang baik terhadap pengawasan manajemen perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Nur dan Priantinah (2012) yang membuktikan bahwa dewan komisaris memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (0,808 > 0,05), yang berarti **H₅ ditolak**. Perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosialnya sebagian besar disekitar wilayah perusahaan beroperasi, sehingga perusahaan kurang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya kepada media. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian Nur dan Priantinah (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini bertentangan dengan Kristi (2012) yang menyatakan bahwa, pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (0,557 > 0,05), yang berarti **H_{6a} ditolak**. Besar kecilnya nilai *leverage*, perusahaan akan tetap melakukan tanggung jawab sosial agar kelangsungan usaha perusahaan tetap terjaga. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini bertentangan dengan Nur dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social*

responsibility. Kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ($0,241 > 0,05$), yang berarti **H_{7a} ditolak**. Jumlah kepemilikan saham manajerial yang relatif kecil menyebabkan manajer belum dapat melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara lebih baik dan lebih luas. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Anggraini (2006) yang membuktikan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Tabel 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,751	7	,250	1,539	,043 ^b
	Residual	22,755	140	,163		
	Total	24,506	147			

a. Dependent Variable: LNCSR

b. Predictors: (Constant), LNKSM, LNLEV, LNPM, LNKSP, LNROE, LNBP, LNDK

Variabel profitabilitas, biaya politis, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, pengungkapan media, *leverage*, kepemilikan saham manajerial berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan *p-value* sebesar 0,043 yang lebih kecil dari α (5%), yang berarti **H₉ diterima dan terbukti**.

Sub struktur 2 yaitu hubungan antara ROE, BP, KSP, DK, LEV, KSM, CSR terhadap Nilai Perusahaan (NP).

Tabel 3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-8,778	1,702		-5,156	0,000
	LNROE	1,064	0,255	0,308	4,178	0,000
	LNBP	2,605	0,501	0,386	5,198	0,000
	LNKSP	-0,012	0,043	-0,020	-0,266	0,790
	LNDK	0,222	0,123	0,135	1,808	0,073
	LNLEV	-0,098	0,040	-0,174	-2,419	0,017
	LNKSM	-0,011	0,070	-0,012	-0,154	0,878
	LNCSR	-0,118	0,060	-0,144	-1,956	0,052

a. Dependent Variable: LNNP

Berdasarkan Tabel 3 uji t diatas, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$LNNP = -8,778 + 1,064LNROE + 2,605LNBP - 0,012LNKSP + 0,222LNDK - 0,098LNLEV - 0,011LNKSM - 0,118LNCSR$$

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,000 < 0,05$), yang berarti **H_{1b} diterima dan terbukti**. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka akan diikuti dengan pertumbuhan nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sama dengan hasil

penelitian yang dilakukan oleh penelitian Agustina (2013) dan Dewi dan Wirajaya (2013) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Pratiska (2013) dan Sujoko dan Soebiantoro (2007) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Biaya politik berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,000 < 0,05$), yang berarti **H_{2b} diterima dan terbukti**. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka ukuran perusahaan akan semakin besar dan nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Sujoko dan Soebiantoro (2007) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013) dan Marhamah (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,790 > 0,05$), yang berarti **H_{3b} ditolak**. Rendahnya persentase saham publik pada perusahaan sampel menyebabkan lemahnya fungsi kontrol untuk mengawasi kegiatan manajemen agar perusahaan dijalankan dengan benar. Adnantara (2013) membuktikan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,073 > 0,05$), yang berarti **H_{4b} ditolak**.

Semakin besar jumlah dewan komisaris, maka akan menjadi kurang efektif karena dominasi anggota dewan komisaris yang mementingkan kepentingan pribadi atau kepentingan kelompoknya sehingga mengesampingkan kepentingan perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Anggraini (2013) yang membuktikan bahwa dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,017 < 0,05$), yang berarti **H_{6b} diterima dan terbukti**. Semakin kecil *leverage* suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Sujoko dan Soebiantoro (2007) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan Pratiska (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,878 > 0,05$), yang berarti **H_{7b} ditolak**.

Semakin banyak proporsi kepemilikan saham manajerial dalam suatu perusahaan, maka manajer akan berusaha untuk meningkatkan keuntungan bagi dirinya sendiri dan urusan perusahaan kurang diperhatikan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Agustine (2014) dan Sujoko dan Soebiantoro (2007) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ($0,052 > 0,05$), yang berarti **H₈ ditolak**. Perusahaan beranggapan apabila perusahaan banyak melakukan tanggung jawab sosial, hal tersebut tidak akan meningkatkan laba perusahaan tapi akan mengurangi. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Marhamah (2013), Retno dan Priantinah (2012) dan Agustina (2013) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada tabel 4, variabel profitabilitas, biaya politik, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan saham manajerial dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α (5%), yang berarti **H₁₀ diterima dan terbukti**.

Tabel 4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,993	7	,713	8,574	,000 ^b
	Residual	11,647	140	,083		
	Total	16,641	147			

a. Dependent Variable: LNNP

b. Predictors: (Constant), LNCSR, LNLEV, LNKSP, LNROE, LNKSM, LNBP, LNDK

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,548 ^a	,300	,265	,28843	

a. Predictors: (Constant), LNCSR, LNLEV, LNKSP, LNROE, LNKSM, LNBP, LNDK

Variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan sebesar 26,5% oleh variabel eksogen yaitu profitabilitas, biaya politis, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan saham manajerial dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan sisanya sebesar 73,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model yang dianalisis.

PENUTUP

Simpulan. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa profitabilitas, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, pengungkapan media, kepemilikan saham manajerial, dan *leverage* secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan biaya politis dan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara simultan, profitabilitas, biaya politis, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, pengungkapan media, *leverage* dan kepemilikan saham manajerial mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara simultan.

Profitabilitas, biaya politis, *Leverage*, dan *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan kepemilikan saham publik, dewan komisaris, Kepemilikan Saham Manajerial, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Secara simultan, profitabilitas, biaya politis, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, kepemilikan saham manajerial dan pengungkapan *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan. (1) Nilai *Adjusted R²* sub struktur 1 sebesar 2,5% berarti menunjukkan bahwa masih banyak variabel-variabel lain yang diduga lebih berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Nilai *Adjusted R²* sub struktur 2 sebesar 26,5% berarti menunjukkan masih banyak variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. (2) Penilaian pengungkapan media yang hanya menggunakan *website* perusahaan dan dengan cara *dummy*. (3) Saham yang dimiliki oleh manajerial yang tergolong minim, sehingga mengeliminasi banyak jumlah sampel penelitian. (4) Terdapat berbagai kriteria dalam penentuan perusahaan berkategori *high profile*, sehingga terdapat berbagai macam klasifikasi *high profile* menurut berbagai peneliti.

Saran. (1) Penelitian berikutnya sebaiknya meneliti ke variabel atau faktor lain yang diduga lebih berpengaruh seperti kepemilikan institusional, kepemilikan asing, pertumbuhan perusahaan, likuiditas, kinerja keuangan, komisaris independen, dan lain-lain; (2) Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan variabel pengungkapan media, sebaiknya tidak hanya mengandalkan pada *website* perusahaan tetapi juga dapat memanfaatkan majalah bisnis, koran maupun media televisi, dan sebaiknya menggunakan cara dan skala yang lain agar memperoleh hasil yang lebih baik; (3) Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan variabel kepemilikan manajerial dengan menggunakan cara dan skala pengukuran yang berbeda atau menggunakan kepemilikan perusahaan yang lain, seperti kepemilikan institusional; (4) Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan pengkategorian cara lain sehingga dapat dikomparasi dan menunjukkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnantara, K. F. (2013) "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan". *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 18(2): 107-113.
- Agustina, S. (2013) "Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Akuntansi*, 1(1). <http://ejournal.unp.ac.id/>. Diakses pada tanggal 09 Juni 2015.
- Agustine, I. (2014) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA*. 2(1): 42-47.
- Anggraini, D. (2013) "Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Textile, Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2012". <http://jurnal.umrah.ac.id>. Diakses tanggal 12 Juni 2015.
- Anggraini, Fr. R. R. (2006) Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta). *Symposium Nasional Akuntansi IX*, Padang.
- Ayuningtias, D. dan Kurnia. (2013) "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1(1): 37-57.
- Dewi, A. S. M. dan A. Wirajaya. (2013) "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2): 358-372. <http://ojs.unud.ac.id/>. Diakses tanggal 11 Juni 2015
- Ekowati, L., Prasetyono dan A. Wulandari. (2014) Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth* Dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012). *Symposium Nasional Akuntansi XVII*, Mataram, Lombok.

- Eisenhardt, K. M. (1989) Agency Theory: An Assessment and Review. *Academy of Management Review*, 14(1): 57-74.
- Fachrudin, K. A. (2011) "Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(1): 37-46.
- Freeman, R. E. dan J. McVea. (2001) A Stakeholder Approach to Strategic Management. *Working Paper*, 1-2. <http://faculty.wvu.edu/dunnc3/rprnts.stakeholderapproach.pdf>. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2015.
- Ghozali, I. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackston, D. dan M. J. Milne. (1996) "Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1): 77-108.
- Herawaty, V. (2008) "Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(2): 97-108.
- Jensen, M. C. dan W. H. Meckling. (1976) "Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure". *Journal of Financial Economics*, 3(4): 305-360.
- Kamil, A. dan A. Herusetya. (2012) "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility". *Media Riset Akuntansi*, 2(1): 1-17.
- Kristi, A. A. (2012) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Publik Di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 1(1): 1-27. <http://jimfeb.ub.ac.id/>. Diakses pada tanggal 25 Maret 2015.
- Marhamah. (2013) "Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010". *Jurnal STIE Semarang*, 5(3): 43-67.
- Melati, P. (2014) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI 2010-2012)". *Jurnal Akuntansi*. <http://jurnal.umrah.ac.id>. Diakses tanggal 29 Maret 2015.
- Mills, L., S. Nutter dan C. Schwab. (2010) *Do Federal Contractors Suffer Tax-Related Political Costs?* <http://areas.kenan-flagler.unc.edu/>. Diakses tanggal 11 Juni 2015.
- Mutia, E., Zuraida dan D. Andriani. (2011) "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, 4(2): 187-201.
- Nuraina, E. (2012) "Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 19(2): 110-125.
- Nur, M. dan D. Priantinah. (2012) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High-Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Nominal*, 1(1): 1-13.

- Pratiska, N. G. A. P. S. (2013) "Pengaruh IOS, *Leverage* Dan *Dividen Yield* Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Di BEI". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3): 147-174. <http://ojs.unud.ac.id/>. Diakses tanggal 11 Juni 2015.
- Ramadhani, L. S. dan B. Hadiprajitno. (2012) "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI". *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(2): 95-189.
- Retno M., R. D. dan D. Priantinah. (2012) "Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)". *Jurnal Nominal*, 1(1): 1-20.
- Rustiarini, N. W. (2011) "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*". 6(1): 1-24". <http://ojs.unud.ac.id/>. Diakses tanggal 10 Juni 2015.
- Sindhudiptha, I. N. S. Y. dan G. W. Yasa. (2013) "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2): 388-405. <http://ojs.unud.ac.id/>. Diakses tanggal 09 Juni 2015.
- Sugiyono. (2008) *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujoko dan U. Soebiantoro. (2007) "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta)". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1): 41-48.
- Wahyuni, T., E. Ernawati dan W. R. Murhadi. (2013) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Di Sektor *Property, Real Estate & Building Construction* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1): 6-7.
- Wardoyo dan T. M. Veronica. (2013) "Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan* Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2): 132-149.