

**DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE
GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
SEKTOR MANUFAKTUR LISTING DI BEI**

Haposan Banjarnahor, S.E., M.SI.
Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) and Good Corporate Governance (GCG) is measured by proxy of Audit Committee on Corporate Value (PBV). This study uses secondary data from the Annual Report and Financial Report of public companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The object of research is on the manufacturing companies listing on the Indonesia Stock Exchange in the period 2010-2014. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results show that CSR and GCG (Audit Committee) simultaneously have a significant positive effect on Corporate Value on manufacturing companies listing on Indonesia Stock Exchange in period 2010-2014. Partially only CSR has a significant positive effect on Corporate Value. While the GCG (Audit Committee) partially does not affect the value of the Company in manufacturing companies listing on the Indonesia Stock Exchange in the period 2010-2014.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Corporate Value

I. PENDAHULUAN

Perusahaan memiliki sebuah tujuan yang sangat jelas, salah satu tujuan pendirian suatu perusahaan adalah mencapai laba yang maksimum untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dicerminkan dari harga sahamnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kesejahteraan para pemegang saham juga tinggi. Dua Aspek yang perlu dipertimbangkan ialah :

- a) Konsentrasi kepemilikan perusahaan oleh pihak luar (*outsider ownership contentration*) dan
- b) Kepemilikan perusahaan oleh manajemen (*management ownership*. Pemilik Perusahaan dari pihak luar berbeda dengan manajer pelaksana perusahaan karena kecil kemungkinan pemilik dari luar terlibat dalam urusan bisnis perusahaan sehari-hari (Sri Rejeki, 2007).

Nilai perusahaan yang tinggi dapat menjadi daya tarik bagi para investor untuk berinvestasi dan juga dapat memDampaki persepsi para investor terhadap perusahaan dan juga sebaliknya. Nilai perusahaan juga merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Dalam sebuah perusahaan pengontrolan potensi finansial dan nonfinansial sangat berperan untuk meningkatkan eksistensi dan nilai perusahaan di pasar modal dalam jangka panjang. (Hasnawati,2005) dalam (wijaya dan wibawa, 2010) menyatakan bahwa fenomena yang terjadi di bursa efek Indonesia menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diprosikan melalui nilai pasar saham mengalami perubahan meskipun tidak ada kebijakan keuangan yang dilakukan perusahaan. Nilai perusahaan dapat berubah karena adanya informasi lain seperti situasi sosial dan politik,

dikarenakan informasi tersebut dapat berDampak terhadap kebijakan yang diambil oleh perusahaan.

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor maupun calon investor dalam mengambil keputusan. Dibutuhkan informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu yang akan mendukung investor dalam mengambil keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan, hal ini sejalan dengan teori *signalling*. Teori *signaling* menekankan pentingnya perusahaan memiliki keinginan untuk memberikan informasi kepada pihak yang memerlukan. Jadi, perusahaan cenderung akan mengungkapkan suatu informasi yang diharapkan akan memaksimalkan nilai perusahaan, yang secara langsung akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. Pentingnya informasi dikarenakan informasi menyajikan hal-hal yang terjadi di dalam perusahaan baik yang terjadi pada masa lampau, masa sekarang, maupun untuk memprediksikan kejadian masa depan dan untuk mengetahui pasaran sahamnya. Informasi-informasi penting yang harus diungkapkan oleh perusahaan di antaranya adalah informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Pentingnya perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial telah terjadi pada tahun 1930-an di amerika serikat. Saat itulah istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* lahir. Namun, pemikiran kebangkitan CSR modern selalu merujuk pada (Howard R. Brown, 1953) yang menulis buku "*Social Responsibility of the Business man*" (Mardikanto, 2014:98). CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan salah satu informasi yang harus tercantum dalam laporan tahunan perusahaan, ini ditandai dengan kebijakan pemerintah Indonesia yang menerbitkan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang dalam pasal 74 memuat tentang "perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan." (Mardikanto, 2014:124).

Dalam era globalisasi, kesadaran akan penerapan CSR menjadi penting seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat kepedulian masyarakat terhadap produk (barang) yang ramah lingkungan (Effendi, 2009:107). Perusahaan harus berjalan sesuai dengan nilai sosial dan lingkungan karena banyak pihak yang memberikan tekanan terhadap perusahaan. Upaya tersebut dilakukan agar perusahaan memperoleh dukungan serta pengakuan masyarakat. Untuk itu, perusahaan hendaknya dapat menjaga reputasi dan selalu mempertimbangkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial masyarakat. CSR tidak lagi dianggap menambah biaya semata, melainkan dianggap sebagai investasi jangka panjang perusahaan yang akan menghasilkan manfaat dimasa yang akan datang.

Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul berbagai konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut sebagai *agency problem*. Tidak jarang pihak manajemen yaitu para manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara para manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai manajer yang demikian karena apa yang dilakukan oleh manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berDampak terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Keadaan demikian melatarbelakangi kebutuhan atas mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) dalam meningkatkan nilai dari sebuah perusahaan. Dapat dilihat dari pengalaman Amerika Serikat yang harus melakukan restrukturisasi GCG akibat *market crash* pada tahun 1929. Kebutuhan GCG timbul berkaitan dengan *principal-agency*. Implementasi dari GCG diharapkan bermanfaat untuk menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan. GCG mampu mengusahakan keseimbangan antara kepentingan para pemegang saham dan kepentingan para manajer agar dapat sejalan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. GCG merupakan suatu pilar sistem ekonomi pasar, sebab berhubungan dengan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. IICG (*The Indonesian Institute for Corporate Governance*) mendefinisikan konsep GCG sebagai serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Jadi, GCG atau dapat dikatakan sebagai Tata kelola usaha adalah suatu aturan yang mengarahkan semua elemen perusahaan untuk berjalan bersama-sama guna mencapai tujuan perusahaan. GCG sudah menjadi prasyarat mutlak bagi setiap perusahaan yang *listed* di Bursa Saham atau yang terjun ke industri/bisnis yang diberlakukan regulasi pemerintah atau asosiasi di mana perusahaan bergabung seperti perbankan, multifinance, jasa konstruksi, dan sebagainya (Kumaat, 2010: 22). Investasi perusahaan dalam hal GCG akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga memberikan keuntungan langsung bagi pemegang saham. Investor terus memburu dan berani membeli dengan harga premium perusahaan yang memiliki praktik GCG yang bagus. Peneliti dan analis sering membahas korelasi positif antara penerapan GCG dalam perusahaan dengan harga sahamnya. Dua perusahaan terbesar di Indonesia dalam hal kapitalisasi pasar di tahun 2010, yaitu Astra International dan Bank Central Asia, menunjukkan kualitas GCG yang baik yang akan membuat saham perusahaan terus diburu dan meningkatkan kapitalisasi pasar perusahaan. Kekuatan dalam penerapan GCG menjadi keunggulan kompetitif tersendiri bagi perusahaan, terutama dalam memperoleh aset utama, yaitu talenta-talenta berbakat untuk bergabung dalam perusahaan (Sadeli, 2011:46).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI periode tahun 2010-2014.

Dari aspek teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan kontribusi terhadap literatur pengembangan studi mengenai Akuntansi Keuangan dan pasar modal khususnya mengenai Dampak *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian berikutnya serta memperbaiki penelitian sebelumnya dan selanjutnya diharapkan akan melengkapi temuan-temuan empiris yang telah ada di bidang akuntansi untuk kemajuan dan pengembangan ilmiah dimasa yang akan datang.

Dari aspek praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan keputusan dan kebijakan oleh manajemen perusahaan. Serta dapat mengetahui tentang pentingnya perusahaan untuk dapat meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial dan tata kelola perusahaan yang baik untuk meningkatkan nilai perusahaan. selanjutnya dapat menjadi masukan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan dengan melihat penerapan praktik *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* yang dilakukan perusahaan tersebut.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* merupakan kependekan dari teori *stakeholder* korporasi, sebuah konsep yang relatif modern. Pertama kali dipopulerkan oleh R. Edward Freeman pada tahun

1984 dalam buku Manajemen Strategisnya: Pendekatan Stakeholder 1984. Freeman mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai “kelompok atau individu yang dapat memDampaki atau diDampaki oleh pencapaian tujuan organisasi” (Untung, 2014:39).

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab kepada para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap stakeholder, baik internal maupun eksternal. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (Lembaga Swadaya Masyarakat dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat memDampaki dan diDampaki perusahaan (Nor hadi, 2011:93-94).

Corporate Social Responsibility (CSR)

(Bowen, 1953) mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Terkait dengan hal ini, Tanggung jawab sosial (Frederick, 1960) menyatakan bahwa pengusaha harus mengawasi operasional dari sistem ekonomi yang memenuhi harapan publik. Ini berarti, pada gilirannya perekonomian produksi harus dikerjakan sedemikian rupa agar mampu meningkatkan kesejahteraan sosial-ekonomi keseluruhan (Mardikanto, 2014:86).

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memerhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat disekitar lokasi kegiatan usaha tersebut. CSR merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pelaksanaan CSR akan berdampak pada kesinambungan dari perusahaan. Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau dividen, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial di lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang (Untung, 2014:1-2).

Seperti istilah *Triple bottom line* yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya *Cannibals With Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memerhatikan 3P (*profit, people, and planet*). Selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memerhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi finansialnya saja, namun juga harus memerhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Laporan suatu perusahaan yang menggunakan model *triple bottom line*, selain melaporkan aspek keuangan juga melaporkan aspek kepedulian sosial dan upaya pelestarian lingkungan hidup (Effendi, 2009:109).

Teori Keagenan

Telah lama diketahui bahwa para manajer mungkin memiliki tujuan-tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Para manajer diberi kekuasaan oleh para pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*). Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai *principal* menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai *agen*, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut (Brigham and Houston, 2006:26).

Suatu potensi masalah keagenan (*agency problem*) terjadi ketika manajer dari sebuah perusahaan memiliki kepemilikan saham biasa kurang dari 100 persen di perusahaan tersebut. Jika perusahaan tersebut adalah suatu kepemilikan perseorangan yang dikelola oleh pemiliknya, manajer-pemilik diasumsikan akan mengeoperasikannya sehingga akan memaksimalkan kekayaannya sendiri, dengan kekayaan yang diukur dalam bentuk peningkatan kekayaan pribadi, waktu senggang yang lebih banyak, atau penghasilan tambahan. Akan tetapi, jika manajer-pemilik menjual sebagian sahamnya kepada pihak luar (sehingga perusahaannya tidak lagi dimilikinya sendiri), sebuah potensi konflik kepentingan langsung akan terjadi (Brigham and Houston, 2006:26).

Good Corporate Governance (GCG)

“*Corporate governance*” adalah istilah yang dipopulerkan pertama kali oleh Cadbury committee pada tahun 1992. Kemudian oleh *Organization Of Economic Corporation And Development* (OECD) diadopsi menjadi 4 prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), yaitu kewajaran (*Fairness*), keterbukaan (*Transparency*), akuntabilitas (*Accountability*), dan pertanggungjawaban (*Responsibility*). GCG sudah menjadi prasyarat mutlak bagi setiap korporasi yang *listed* di bursa saham atau yang terjun ke dunia industri/bisnis yang diberlakukan regulasi pemerintah atau asosiasi dimana perusahaan tergabung seperti perbankan, *multifinance*, jasa konstruksi, dan sebagainya (Kumaat, 2010:22).

Tuntutan GCG ini dapat dilihat dari 3 perspektif hubungan antara *stakeholders* yaitu (kumaat, 2010:22):

- a. Hubungan antara *internal stakeholders* sebuah korporasi (BOD, *Management*, Staff).
- b. Hubungan antara korporasi (diwakili oleh BOD) dan dewan komisaris (*Board of Commissioners*) dan para pemegang saham/*shareholders* yang tertuang dalam RUPS).
- c. Hubungan antara korporasi dan seluruh *stakeholders*, baik internal maupun semua pihak yang berkepentingan, yaitu: *Customer*, *Supplier*, *Creditor*, Asosiasi Bisnis, Pemerintah, dan Masyarakat.

Tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) merupakan struktur yang oleh stakeholder, pemegang saham, komisaris dan manajer menyusun tujuan perusahaan dan sarana untuk mencapai tujuan tersebut dan mengawasi kinerja (OECD,2003). Hal senada dikemukakan oleh Cadbury Committee “*A set of rules that define a relationship between shareholders, manager, creditor, the government, employees and other internal and external stakeholder in respect to their and responsibilities*” (Zarkasyi, 2008:35).

Bank Dunia (*World Bank*) mendefinisikan *good corporate governance* (GCG) sebagai kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. GCG dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang Bersih, Transparan, dan Profesional (BTP). Implementasi prinsip-

prinsip GCG secara konsisten diperusahaan akan menarik minat para investor, baik domestic maupun asing. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang akan mengembangkan usahanya, seperti melakukan investasi baru maupun proyek ekspansi (Effendi, 2009:1-2).

Oleh karena itu GCG telah diatur sedemikian rupa dalam beberapa peraturan perundang-undangan seperti dalam ketentuan UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN dalam pasal 36 perihal Maksud dan Tujuan Perusahaan BUMN dan Pasal 73 Perihal Restrukturisasi Perusahaan yang harus memerhatikan GCG tersebut. Selain peraturan tersebut, sebelumnya pemerintah juga mensyaratkan untuk menerapkan prinsip GCG ini dalam BUMN dengan Surat Keputusan Menteri BUMN No. Kep. 117/M-MBU/2002 tentang Penerapan GCG di BUMN sebagai pedoman korporasi yang diperlukan dalam sistem pengelolaan BUMN yang sehat. Untuk perusahaan swasta dalam hal penanaman modal juga telah diatur dalam pasal 15 UU. No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Untung, 2014:6-7).

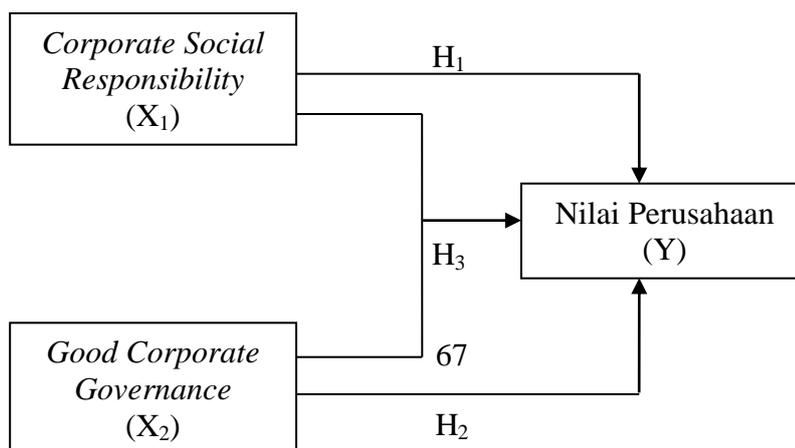
Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Misalkan kita menanamkan dana kita (seluruhnya adalah uang kita semua, tidak ada dana pinjaman) dengan mendirikan dua toko buku. Jumlah uang yang kita, tanamkan sama besarnya (misalnya Rp500 juta). Dua toko buku tersebut yang satu berada dilokasi dekat kompleks perguruan tinggi dan pemukiman, serta untuk lalu lintas dan parkirnya mudah. Satunya berlokasi di daerah perdagangan yang lalu lintasnya cenderung macet dan sangat susah untuk parkir. Meskipun investasi yang kita lakukan sama besarnya, kalau kedua toko buku tersebut akan kita jual, kemungkinan sekali harga yang bersedia dibayar oleh (calon) pembeli tidaklah sama. Apabila harga yang bersedia dibayar oleh pembeli lebih tinggi untuk toko buku yang didaerah sekitar perguruan tinggi, maka kita mengatakan bahwa nilai perusahaan (toko buku) di daerah perguruan tinggi tersebut lebih tinggi dari perusahaan satunya (Husnan dan Pudjiastuti, 2012:6).

Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Misalkan toko buku di daerah perguruan tinggi laku terjual Rp800 juta, sedangkan di daerah perdagangan laku dengan harga Rp600 juta. Dengan demikian tentunya kita lebih suka kalau perusahaan kita mempunyai nilai yang makin tinggi. Kita merasa lebih beruntung dari investasi kita dalam bentuk toko buku di sekitar perguruan tinggi. Karena kita makin suka kalau menjadi makin kaya, demikian juga dengan pemilik perusahaan, maka tujuan peningkatan nilai perusahaan dipergunakan sebagai tujuan normatif. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti, 2012:7).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori serta penelitian terdahulu mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Nilai perusahaan. Kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis

Berhubungan dengan rumusan masalah yang ditetapkan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berDampak signifikan terhadap Nilai perusahaan
H₂ : *Good Corporate Governance* berDampak signifikan terhadap Nilai perusahaan
H₃ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* berDampak signifikan terhadap Nilai perusahaan

III. METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan sosial atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Selain itu juga dengan melakukan metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan jurnal-jurnal, buku-buku, serta melihat dan mengambil data-data sekunder yang diperoleh dari *annual report* dan laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan untuk umum. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan dan laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan yang menjadi sampel yang telah diaudit dan dipublikasikan. Data tersebut diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan website setiap perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tahun 2010 sampai tahun 2014 yang berjumlah 149 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang memiliki kriteria tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Setelah melakukan seleksi data sesuai dengan kriteria sampel maka jumlah sampel yang memenuhi kriteria *purposive sampling* dari 149 perusahaan tersebut adalah sebanyak 45 perusahaan dengan 225 data penelitian.

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dari penelitian ini adalah variabel *corporate social responsibility* (X₁) dan *good corporate governance* (X₂), sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y).

Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur melalui *Price to Book Value* (PBV). PBV termasuk kedalam kategori rasio pasar yaitu menunjukkan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham (Anoraga dan Pakarti, 2006:111). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut (Darmadji dan Fakhruddin, 2011:157). Rumus perhitungan *Price to Book Value* adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai buku saham (Book Value)}}$$

Rumus 1 *Price to Book Value*

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1. *Corporate social responsibility (CSR)*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan. *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan (Hackston and Milne, 1996). Ketujuh kategori tersebut terbagi kedalam 90 item. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan, Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Penilaian pengungkapan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* adalah (Sembiring, 2005):

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Rumus 2 Corporate Social Responsibility Index

Keterangan:

$CSRI_j$ = *Corporate social responsibility index* perusahaan j tahun i

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j untuk tahun i

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

2. *Good Corporate Governance (GCG)*

Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* diukur dengan proksi Komite Audit. Komite audit merupakan suatu kelompok yang sifatnya independen atau tidak memiliki kepentingan terhadap manajemen dan diangkat secara khusus serta memiliki pandangan antara lain bidang akuntansi dan hal-hal lain yang terkait dengan sistem pengawasan internal perusahaan (Zarkasyi, 2008:17). Indikator yang digunakan untuk mengukur komite audit adalah jumlah anggota komite audit pada perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini (Rustiarini, 2010).

$$KA = \sum \text{Anggota Komite Audit}$$

Rumus 3 Komite Audit

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| CSR | 225 | ,14 | ,78 | ,3854 | ,14411 |
| GCG_KomiteAudit | 225 | 2,00 | 5,00 | 3,2044 | ,49369 |
| NILAI_PERUSAHAAN | 225 | ,37 | 53,59 | 4,6301 | 7,89571 |
| Valid N (listwise) | 225 | | | | |

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 1 diatas terdapat dua variabel independen yaitu CSR dan GCG yang diprosikan dengan Komite Audit. Sedangkan variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

Dapat dilihat bahwa data yang digunakan adalah *valid*. Kolom N menunjukkan jumlah data yang diproses, kolom minimum menunjukkan nilai paling kecil dari data, kolom maximum menunjukkan nilai terbesar dari data, kolom mean menunjukkan nilai rata-rata dari data, dan kolom std.deviation menunjukkan standar deviasi data.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

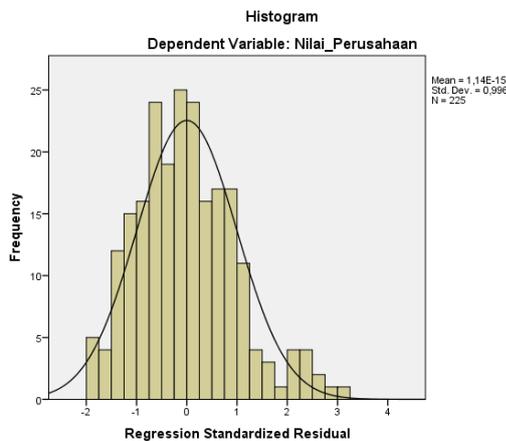
Tabel 2. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-smirnov)

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 225 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,43551895 |
| | Absolute | ,052 |
| Most Extreme Differences | Positive | ,052 |
| | Negative | -,038 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,782 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,574 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan hasil pengujian tabel 2 diatas menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat signifikansi $0,574 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

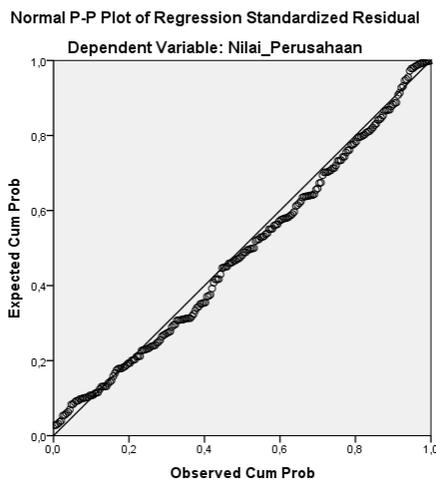
Gambar 2. Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan gambar grafik histogram diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji normalitas tersebut berdistribusi normal, hal ini diperlihatkan oleh bentuk kurva yang menyerupai lonceng, *bell-shaped curve*.

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas (*Normal Probability plot*)



Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan Gambar diatas merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan *Normal Probability Plot (normal P-PPlot)*. model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Multikolonieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

| Model | Coefficients ^a | | | | | | |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | ,538 | ,269 | | 2,000 | ,047 | | |
| CSR | ,668 | ,184 | ,237 | 3,627 | ,000 | ,996 | 1,004 |
| GCG_KomiteAudit | ,299 | ,498 | ,039 | ,601 | ,549 | ,996 | 1,004 |

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa dua variabel independen yaitu CSR dan GCG memiliki nilai VIF masing-masing sebesar 1,004 dimana lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | ,424 | ,164 | | 2,586 | ,010 |
| 1 CSR | -,164 | ,112 | -,098 | -1,465 | ,144 |
| GCG_KomiteAudit | -,307 | ,303 | -,067 | -1,011 | ,313 |

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 4 diatas hasil uji glesjer menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempunyai dampak terhadap variabel dependen nilai absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikasinya diatas

tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,242 ^a | ,059 | ,050 | ,43748 | 1,819 |

a. Predictors: (Constant), GCG_KomiteAudit, CSR

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 5 hasil uji autokorelasi diatas diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,819. Nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 200 (n), dan jumlah variabel independen 2 (k=2). Maka dapatlah nilai batas atas (du) sebesar 1,789. Oleh karena nilai DW 1,819 lebih besar dari batas atas (du) 1,789 dan kurang dari 4 – 1,789 (4 – du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif (lihat tabel keputusan autokorelasi pada bab 3) atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,538 | ,269 | | 2,000 | ,047 |
| | CSR | ,668 | ,184 | ,237 | 3,627 | ,000 |
| | GCG_KomiteAudit | ,299 | ,498 | ,039 | ,601 | ,549 |

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat diketahui persamaan hasil uji analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,538 + 0,668 \text{ CSR} + 0,299 \text{ KA} + e$$

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,538 | ,269 | | 2,000 | ,047 |
| | CSR | ,668 | ,184 | ,237 | 3,627 | ,000 |
| | GCG_KomiteAudit | ,299 | ,498 | ,039 | ,601 | ,549 |

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 7 Hasil Uji t diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan tabel 7 diatas hasil uji t menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau nilai sig < α. Nilai t hitung sebesar 3,627 dan t tabel sebesar 1,9707, ini berarti t hitung 3,627 > t tabel 1,9707 maka Ho

ditolak dan menerima HA. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR secara parsial berDampak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.

2. Berdasarkan tabel 7 diatas hasil uji t menunjukkan bahwa variabel GCG (Komite Audit) memiliki nilai signifikasi sebesar 0,549 lebih besar dari 0,05 atau nilai sig > α . Nilai t hitung sebesar 0,601 dan t tabel sebesar 1,9707, ini berarti t hitung $0,601 < t$ tabel 1,9707 maka Ho diterima dan menolak HA. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel GCG (Komite Audit) secara parsial tidak berDampak terhadap variabel Nilai Perusahaan.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2,649 | 2 | 1,325 | 6,921 | ,001 ^b |
| | Residual | 42,488 | 222 | ,191 | | |
| | Total | 45,137 | 224 | | | |

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

b. Predictors: (Constant), GCG_KomiteAudit, CSR

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 8 diatas hasil uji F menunjukkan bahwa variabel hasil perhitungan statistik memiliki nilai signifikasi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 atau nilai sig < α , ini berarti bahwa variabel CSR dan GCG (Komite Audit) secara bersama-sama berDampak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Kemudian dari tabel diatas diketahui nilai F hitung sebesar 6,921 dan F tabel sebesar 3,04 dengan df pembilang adalah 2 dan df penyebut adalah 222 (lampiran tabel F). Ini berarti F hitung $6,921 > F$ tabel 3,04 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan menerima HA.

3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,242 ^a | ,059 | ,050 | ,43748 |

a. Predictors: (Constant), GCG_KomiteAudit, CSR

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah (2016), Output data SPSS versi 21

Berdasarkan tabel 9 diatas menunjukkan besarnya nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) adalah 0,05. Hal ini berarti 5% variasi variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel CSR dan GCG (Komite audit) secara serentak. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 5% = 95%) dijelaskan oleh variasi variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dampak *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat dampak antara variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Melalui pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar $3,627 > t$ tabel 1,9707 dengan taraf signifikansi 0,000. Dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 yang berarti H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel CSR berdampak signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yeni paramita setianingsih,

Ananta wikrama tungga admaja, Gede adi yuniarta (2014) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan akan meningkat. Investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki *image* yang baik di lingkungan masyarakat. Semakin banyak investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang tinggi, tentunya akan meningkatkan harga saham diiringi dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Dampak *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian mengenai dampak GCG (Komite Audit) terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t hitung $0,601 < t$ tabel $1,9707$ dengan taraf signifikansi $0,549$. Dilihat dari nilai signifikansi yang lebih dari $0,05$ yang berarti H_2 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel GCG (Komite Audit) tidak mempunyai dampak terhadap variabel nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wardoyo dan Theodora martina veronica (2013) yang menyatakan bahwa jumlah komite audit tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa keberadaan komite audit didalam suatu perusahaan bukan merupakan jaminan bahwa nilai perusahaan akan meningkat, sehingga pasar menganggap keberadaan komite audit bukanlah faktor yang dipertimbangkan dalam berinvestasi dalam suatu perusahaan apalagi dengan adanya Surat Edaran Bapepam No. SE-03/PM/2000 Tanggal 5 mei 2000 dan Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta (BEJ) No. Kep-315/06/2000 perihal komite audit (Effendi, 2009:33), sehingga investor tidak perlu lagi melihat jumlah komite audit perusahaan karena dianggap perusahaan pasti sudah mematuhi peraturan tersebut.

Dampak *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian mengenai dampak *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai F hitung $6,921 > F$ tabel $3,04$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$. Dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari $0,05$ berarti H_3 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel CSR dan GCG (Komite Audit) mempunyai dampak signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reny dyah retno M dan Denies priantinah (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dan GCG memiliki Dampak positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Prinsip GCG merupakan cikal bakal pembentukan CSR (Untung, 2014:17) sehingga suatu perusahaan yang melakukan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, harus juga peduli terhadap kepentingan sosial dan lingkungan di perusahaan yang melaksanakan tugas maupun pelaksanaan perusahaan tersebut dalam bidang sumber daya alam (Untung, 2014:1). Prinsip-prinsip yang dianut dalam GCG dan CSR ibarat dua sisi mata uang. Keduanya sama pentingnya dan tidak terpisahkan, hal ini dalam suatu tata kelola yang baik harus memiliki kepedulian sosial dan lingkungan (Untung, 2014:6). Kedua variabel ini akan menjadi daya tarik sekaligus pertimbangan investor dalam berinvestasi pada suatu perusahaan, jika perusahaan berhasil menciptakan daya tarik dengan kedua variabel ini maka saham perusahaan akan semakin diminati oleh para investor, yang menyebabkan transaksi saham akan semakin meningkat dan harga saham pun akan naik secara berkesinambungan. kenaikan harga saham ini tentu akan meningkatkan nilai perusahaan.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* mempunyai dampak signifikan secara parsial terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung $3,627 > t$ tabel $1,9707$ dengan taraf signifikansi $0,000$. Dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari $0,05$ yang berarti H_1 diterima.
2. *Good Corporate Governance* (Komite Audit) tidak mempunyai dampak secara parsial terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung $0,601 < t$ tabel $1,9707$ dengan taraf signifikansi $0,549$. Dilihat dari nilai signifikansi yang lebih dari $0,05$ yang berarti H_2 ditolak.
3. *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* (Komite Audit) mempunyai dampak signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung $6,921 > F$ tabel $3,04$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$. Dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari $0,05$ berarti H_3 diterima.
4. Variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* (Komite audit) secara serentak sebesar $0,05$ atau 5% . Sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 5\% = 95\%)$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham Eugene F. and Joel F. Houston. (2006). *Fundamentals of Financial Management*, Nina Setyaningsih (editor), 2004. 10th edition. Cengage Learning Asia Pte Ltd. Ali Akbar Yulianto (penerjemah). 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Darmadji, Tjiptono dan Hendy M. Fakhruddin. (2011). *Pasar Modal Di Indonesia*. Edisi ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Effendi, Muh. Arief. (2009). *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Kumaat, Valery G. (2011). *Internal Audit*. Erlangga. Jakarta.
- Mardikanto, Totok. (2014). *CSR Corporate Social Responsibility Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Edisi Pertama. Alfabeta. Bandung.
- Retno M, Reny Dyah dan Denies Priantinah, (2012). Dampak Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Nominal*. 1 (1): 84-103.
- Rejeki, Sri. (2007). "Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan dan Rasio Perputaran Persediaan Terhadap Pemilihan Metode Persediaan pada Perusahaan Manufaktur Go Public di BEJ".
- Rustiarini, Ni Wayan, (2010). Dampak Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*.

- Sadeli, Ferdinand. (2011). *Lika-Liku Strategi Keuangan Perusahaan: Panduan Praktis Meningkatkan Nilai Perusahaan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda, (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Setianingsih, KT. Yeni Paramita.; Ananta Wikrama Tungga Atmaja, dan Gede Adi Yuniarta, (2014). Dampak Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan dan Nilai Perusahaan, *E-Journal Akuntansi SI Universitas Pendidikan Ganesha*. 1 (2).
- Untung, Budi. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wardoyo dan Theodora Martina Veronica, (2013). Dampak Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Dinamika Manajemen*. 2 (4): 132-149.
- Wijaya, Lihan Rini Puspo dan Bandi Anas Wibawa, (2010). Dampak Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*.
- Zarkasyi, Moh. Wahyudin. (2008). *Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*. Alfabeta. Bandung.
- www.idx.co.id