

PERANAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di BEI Tahun 2013-2017)

Yohana Safitri¹), Abrar, S.E., M.Si.²), Drs. Edi Budi Santoso, A.k., M.M.³)

¹) Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

²) ³) Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberlangsungan perusahaan di era globalisasi. Dimana perusahaan dituntut untuk mensejahterakan para pemegang saham atau *stakeholder*. Tujuan berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri dapat menggambarkan keadaan suatu perusahaan. Karena melalui nilai perusahaan dapat diketahui harga saham suatu perusahaan yang diperjual belikan di pasar modal.

Studi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 43 perusahaan dan setelah melalui metode *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 20 perusahaan dengan 100 total pengamatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data *annual report* yang diunduh dari *website* BEI.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk hipotesis 1-3, dan analisis regresi linier berganda dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji hipotesis 4-6. Penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Nilai Perusahaan*

ABSTRACT

This research is motivated by the survival of companies in the era of globalization. Where the company is required for the welfare of the shareholders or stakeholders. Interest establishment of a company is to maximize the value of the company. Because through the company's value can be known the price of a company's stock is traded on the capital market.

This research aims to find out the role of Corporate Social Responsibility in the moderating influence profitability, leverage and the liquidity of the company against the value of the listed manufacturing companies in BEI in 2013-2017. The population in this study amounted to 43 companies and after through purposive sampling method, the number of samples used in the study into 20 companies with 100 total observations. The data used in this research is secondary data in the form of annual report data that is downloaded from the website of the BEI.

Analytical techniques used are simple linear regression analysis for the 1-3 hypothesis, and multiple linear regression analysis with test Moderated Regression Analysis (MRA) to test the hypothesis 4-6. This research found that profitability, leverage, and the liquidity of the company's positive and significant effect against the value of the company. In this study of Corporate Social Responsibility (CSR) as a variable pemoderasi not being able to moderate the influence of profitability, leverage, and the liquidity of the company against the value of the company.

Key words: *Corporate Social Responsibility, profitability, leverage, liquidity, corporate value*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan dalam industri manufaktur tersebut dikelompokkan menjadi beberapa sub kategori industri. Banyaknya perusahaan dalam industri dan kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan antar perusahaan.

Persaingan membuat setiap perusahaan berusaha meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan seperti laba yang tinggi. Upaya mengantisipasi kondisi tersebut, maka manajer keuangan perusahaan harus berhati-hati dalam menetapkan nilai perusahaan. Dengan adanya perencanaan yang matang dalam menentukan nilai perusahaan, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan lebih unggul dalam menghadapi persaingan bisnis.

Industri manufaktur telah mengalami pasang surut yang membuat perkembangan industri manufaktur membutuhkan dana yang besar. Hal ini menyebabkan industri-industri manufaktur harus mencari sumber dana guna melakukan kegiatan operasional perusahaannya. Kebutuhan dana tersebut dapat dipenuhi dengan melakukan *go public* atau menjual sahamnya kepada masyarakat melalui pasar modal. Dibandingkan dengan sumber pendanaan lain misalnya melakukan pinjaman pada pihak lain, *go public* merupakan alternatif yang lebih mudah dan murah,

sehingga banyak industri manufaktur yang melakukan *go public*.

Industri Barang Konsumsi merupakan salah satu bagian dari Perusahaan Manufaktur yang ada di Indonesia. Industri Barang Konsumsi masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal itu dikarenakan saham-saham dari perusahaan-perusahaan dalam Industri Barang Konsumsi yang masih menawarkan potensi kenaikan. Dan juga Industri Barang Konsumsi terdiri dari 5 sub sektor, yakni Sub Sektor Makanan Dan Minuman, Sub Sektor Rokok, Sub Sektor Farmasi, Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Rumah Tangga, Dan Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga. Seluruh sub sektor yang ada pada Industri Barang Konsumsi merupakan para produsen dari produk-produk kebutuhan mendasar konsumen, seperti makanan, minuman, obat, daging, dan produk toiletries. Produk-produk yang dihasilkan tersebut bersifat konsumtif dan disukai orang sehingga para produsen dalam industri ini memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang berdampak pula pertumbuhan sektor industri ini. Tingginya laju pertumbuhan yang dimiliki Industri Barang Konsumsi berdampak pada tingginya nilai perusahaan dalam industri tersebut.

Di era saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan tidak hanya terjadi dalam satu sektor industri, melainkan juga terjadi dalam berbagai sektor industri. Pentingnya pendirian suatu perusahaan

diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang saham, atau memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Martono dan Harjito, 2010). Pengukuran nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang dipergunakan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan dari harga pasar saham di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2017, karena perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang besar dalam memunculkan masalah-masalah sosial seperti polusi, keamanan produk dan tenaga kerja sehingga berkaitan erat dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dan Industri Barang Konsumsi memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan Sektor Industri Aneka Industri dan Sektor Industri Dasar dan Kimia.

Rumusan Masalah

Bedasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

- Apakah profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- Apakah *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Peneliti

Bedasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah:

- Untuk mengetahui profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Profitabilitas

Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Menurut Riyanto (2001) profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Menurut Munawir (2004) profitabilitas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan menggunakan aktivanya secara produktif. Dengan demikian profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode atau dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Jumlah laba bersih kerap

dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi. Perbandingan ini disebut rasio profitabilitas (*profitability ratio*). Penelitian ini akan menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan industri manufaktur.

Return on asset menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktiva dalam kegiatan operasional perusahaan. Formulasi dari *return on asset* atau ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

Leverage

Rasio leverage atau rasio utang yang biasa dikenal dengan rasio solvabilitas, Menurut Agnes Sawir (2000:13) menjelaskan rasio leverage sebagai berikut: Rasio leverage mengukur tingkat solvabilitas suatu perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya seandainya perusahaan pada saat itu dilikuidasi. Dengan demikian solvabilitas berarti kemampuan perusahaan untuk membayar utang – utangnya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian rasio leverage atau rasio utang adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi

kewajiban jangka panjang dan jangka pendek. Dalam penelitian ini jenis rasio *leverage* yang digunakan oleh penulis adalah *Debt to Equity Ratio* rasio yang membandingkan total hutang dengan modal, dan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk menjual aset guna mendapatkan kas pada waktu yang singkat (Breasley, R.A., Myers, S.C. dan Marcus, A.J., 2006: 77). Arief Sugiono dan Edy Untung (2008: 29) mendefinisikan likuiditas sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi. Perusahaan yang memiliki kekuatan membayar sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi disebut sebagai perusahaan yang likuid.

Sebaliknya, perusahaan yang tidak mempunyai kemampuan membayar disebut illikuid (Elfianto Nugroho, 2011: 29). Perusahaan yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi menandakan kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung rendah. Hal ini dikarenakan oleh lebih banyak aset lancar yang ada di perusahaan dibandingkan dengan aset tetapnya. Aset tetap juga mengalami

penurunan nilai dikarenakan oleh adanya faktor penurunan ekonomi atau depresiasi. Pada tahap ini juga banyak aset tetap yang sudah tidak produktif lagi dijual oleh perusahaan (Ardi Hamzah, 2007: 5). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi cenderung memiliki kondisi keuangan yang baik karena dapat segera mencairkan aset yang tersedia untuk melunasi utang ketika jatuh tempo. Semakin baik likuiditas suatu perusahaan maka akan mampu membayar dividen lebih banyak sehingga ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Penelitian yang dilakukan oleh Silvia Agustina (2013) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. Hal ini bisa dilihat dari ketidakpuasan publik yang bermunculan. Hal ini bertentangan dengan peraturan yang telah diterapkan di Indonesia, dimana CSR telah diatur dalam undang – undang sejak 16 Agustus 2007 melalui Undang – Undang Perseroan Terbatas (UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas). UU ini mengikat semua jenis korporasi yang berbentuk perseroan terbatas baik itu berstatus swasta maupun milik negara.

Ruang lingkup *corporate social responsibility* perusahaan merupakan pengklasifikasian dari bidang-bidang utama perusahaan perseroan atas perbuatan sosial untuk memudahkan perusahaan dalam mengetahui item-item mana saja yang merupakan tanggungjawab sosialnya, Sembiring (2005), membagi ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* menjadi tujuh bagian, yaitu: *Environment, Energi, Human Resources, Fair Business Practice, Community Involvement, Product, Umum*.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi maka nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan dari perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham (Wahidawati, 2002).

Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Menurut Silvia Agustina (2013) rasio penilaian perusahaan dapat diukur menggunakan rasio pasar, antara lain *Price Earning Ratio (PER)*, *Price to Book Value (PBV)*, dan *Tobin's Q*.

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value (PBV)* karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Rasio ini menggambarkan

seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi *Price to Book Value* (PBV) berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut (Weston dan Copeland, 2008).

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{Nilai buku}}$$

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus di buktikan kebenarannya melalui penelitian (Sugiyono 2008). berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang di tetapkan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H3 : Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H4 : *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- H5 : *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
- H6 : *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain dan Variabel Penelitian

Desain penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptip

kuantitatif, yaitu penelitian yang berdasarkan data berupa angka-angka yang di jabarkan menjadi satu analisis secara sistematis. Dalam penelitian ini mencari pengaruh antara profitabilitas, *leverage* dan likuiditas sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan CSR sebagai faktor pemoderasi.

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya (Umar, 2003). Dalam penelitian ini mencari pengaruh antara profitabilitas (ROA) , *leverage* (DER) dan ukuran perusahaan (SIZE) sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan (PBV) sebagai variabel dependen dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai faktor pemoderasi.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas (Usman, 2003). Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan dalam kelompok industri manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2017.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purpsive*

sampling dimana data diambil tidak acak. Data diambil berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang di sesuaikan dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20 perusahaan manufaktur sektor industri dan konsumsi yang memenuhi kriteria pengambilan sampel.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data dalam penelitian ini adalah data sekunder (*secondary data*), yang berasal dari Laporan Keuangan Perusahaan Industri Manufaktur yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013 sampai 2017, yang termuat dalam annual report. Sumber data sekunder diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan *Indonesian Stock Exchange (IDX) Statistic* 2013-2017, website www.idx.co.id.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan perusahaan industri manufaktur yang terdapat dalam *IDX Statistic* dan ICMD tahun 2013-2017.

Metode Analisis Data

Data diuji menggunakan analisis data statistik yang diolah dengan menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	100	3.83	71.51	13.1569	10.47917
DER	100	.19	2.40	1.0589	.60871
CR	100	60.56	656.74	2.18772	86.14465
CSRI	100	.28	.46	.3908	.03024
PBV	100	1.04	58.81	7.6118	12.56132
ROA x CSRI	100	1.41	31.46	5.2240	4.47248
DER x CSRI	100	.08	.99	.4216	.24712
CR x CSRI	100	24.22	302.10	86.2946	38.21212
Valid N (listwise)	100				

Dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel, didapatkan informasi sebagai berikut:

a. Profitabilitas (ROA)

Pada variabel profitabilitas tertinggi dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 71,51 pada periode 2014 dan ROA terendah dimiliki oleh Chitose International Tbk (CINT) sebesar 3,83 pada tahun 2016. *Mean* atau nilai rata-rata dari ROA adalah 13,1569. Standar deviasi dari ROA adalah 10,47917.

b. Pada variabel *leverage* diperoleh hasil bahwa nilai tertinggi dimiliki oleh Mustika Ratu Tbk (MRAT) sebesar 2,40 pada periode 2014 dan DER terendah dimiliki oleh Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) sebesar 0,19 pada tahun 2016. *Mean* atau nilai rata-rata dari DER adalah 1.0859. Standar deviasi dari DER adalah 0,60871.

c. Pada variabel likuiditas diperoleh hasil bahwa likuiditas tertinggi dimiliki oleh Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) sebesar 656.74 pada periode 2016 dan 2017 melainkan likuiditas terendah dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.22360347
Most Extreme Differences	Absolute	.240
	Positive	.240
	Negative	-.161
Kolmogorov-Smirnov Z		1.400
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

60,56 pada tahun 2016. *Mean* atau nilai rata-rata dari likuiditas adalah 2,18772. Standar deviasi dari likuiditas adalah 36,14465

d. Pada variabel CSRI diperoleh hasil bahwa nilai tertinggi dimiliki oleh Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) sebesar 0,46 pada periode 2017 dan CSRI terendah dimiliki oleh Gudang Garam Tbk (GGRM) sebesar 0,28 pada tahun 2014. *Mean* atau nilai rata-rata dari CSR adalah 0,3908. Standar deviasi dari CSR adalah 0,03024.

e. Pada variabel nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV diperoleh hasil bahwa nilai tertinggi dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 58,81 pada periode 2017 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebesar 1,05 pada tahun 2016. *Mean* atau nilai rata-rata dari nilai

perusahaan adalah 7,6118. Standar deviasi dari nilai perusahaan adalah 12,56132.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Hasil Uji One Kolmogorov-Smirnov Z

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 1,400 dengan signifikansi sebesar 0,126. Nilai $Sig = 0,051 > \alpha = 0,05$ mempunyai arti bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen).

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-18.148	9.757		-1.860	.066		
ROA	.966	.075	.806	12.869	.000	.887	1.127
DER	-.395	1.541	-.019	-.256	.798	.624	1.603
CR	.011	.011	.073	1.006	.317	.653	1.532
CSRI	28.489		.069	1.063	.290	.836	1.195

a. Dependent Variable: PBV

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil uji multikolonieritas menunjukan semua nilai VIF berada di bawah 10 dan semua nilai *tolerance* diatas 0,10. Hal ini menunjukkan kesimpulan bahwa dalam dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-8.389	5.228		-1.605	.112		
ROA	.399	.40	.173	0.990	.328	.887	1.127
DER	.152	.826	.016	.184	.855	.624	1.603
CR	-.001	.006	-.017	-.205	.838	.653	1.532
CSR	19.302	14.358	.098	1.326	.188	.836	1.195

a. Dependent Variable: ABS_Residual

Dari hasil Uji Glejser diperoleh nilai signifikansi dari ROE dan SIZE lebih kecil dari 0,05 maka data residual terjadi heteroskedastisme. Sedangkan hasil uji glejser yang diperoleh dari DER dan CSRI menghasilkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data residual tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode $t-1$ (sebelumnya).

Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai DW adalah 1,174 sedangkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 100, serta $k = 4$ (k adalah jumlah variabel independen), diperoleh nilai dL sebesar 1,1426 dan dU sebesar 1,7386. Nilai DW sebesar 1,174 terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan Tabel 4.8 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel ROA adalah sebesar 0,971 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel ROA lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dengan demikian **hipotesis pertama (H1) diterima**.

Uji Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan Tabel 4.11 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel DER adalah sebesar 18,639 dengan taraf signifikansi sebesar 0,001. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi

variabel DER lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dengan demikian **hipotesis kedua (H2) diterima**.

Uji Hipotesis Ketiga (H3)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.818 ^a	.669	.655	7.37411	1.174

a. Predictors: (Constant), CSRI, DER, CR, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 4.14 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel Size adalah sebesar 12,281 dengan taraf signifikansi sebesar 0,013. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel Size lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Size berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dengan demikian **hipotesis ketiga (H3) diterima**.

Uji Hipotesis Keempat (H4)

Berdasarkan Tabel 4.17 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel ROAxCSR adalah sebesar 1.438 dengan taraf signifikansi sebesar 0,524. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi

variabel $ROA \times CSR$ lebih besar dari taraf $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa CSR bukan merupakan variabel pemoderasi antara ROA dengan nilai perusahaan, maka dengan demikian **hipotesis keempat (H4) ditolak**.

Uji Hipotesis Kelima (H5)

Berdasarkan Tabel 4.20 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel $DER \times CSR$ adalah sebesar 27,828 dengan taraf signifikansi sebesar 0,432. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel $DER \times CSR$ lebih besar dari taraf $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa CSR bukan merupakan variabel pemoderasi antara DER dengan nilai perusahaan, maka dengan demikian **hipotesis kelima (H5) ditolak**.

Uji Hipotesis Keenam (H6)

Berdasarkan Tabel 4.23 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel $CR \times CSR$ adalah sebesar 0,622 dengan taraf signifikansi sebesar 0,061. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel $SIZE \times CSR$ lebih besar dari taraf $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa CSR bukan merupakan variabel pemoderasi antara SIZE dengan nilai perusahaan, maka dengan demikian **hipotesis keenam (H6) ditolak**.

Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan DER dan SIZE berpengaruh positif

tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian pengungkapan CSR dalam penelitian ini tidak mampu memoderasi hubungan antara ROA, DER, dan SIZE terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil statistik penelitian ini menunjukkan penerimaan atas hipotesis pertama yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Dewi dan Wirajaya (2013) menyatakan bahwa apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Perusahaan yang memperoleh keuntungan besar, berhubungan juga dengan kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya sehingga berdampak kepada nilai perusahaan yang semakin meningkat. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati oleh investor karena tingkat keuntungan akan semakin besar. Kinerja perusahaan yang meningkat akan turut meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tersebut yaitu Wijaya dan Linawati (2015), Pramana dan Mustanda (2016), Emezy (2015), Mulyawati (2014) dan Pertiwi (2012) yang memperoleh hasil penelitian bahwa

profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil statistik penelitian ini menunjukkan penerimaan atas hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa peningkatan *leverage* bisa memberikan dua macam sinyal, yaitu berita baik (*goodnews*) sekaligus berita buruk (*bad news*). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa peningkatan *leverage* dalam hal ini cenderung mengarah kepada berita baik karena peningkatan hutang tersebut merefleksikan kemampuan manajemen untuk meningkatkan nilai. Apabila sinyal baik tersebut diterima maka perusahaan dianggap mampu menunjukkan kualitas perusahaan yang baik dan ketidakpastian investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut akan berkurang. Hasil temuan ini didukung oleh Soliha & Taswan (2002) dalam Kusumajaya (2011), semakin tinggi proporsi utang maka akan semakin tinggi nilai perusahaan dikarenakan pengelolaan yang baik terhadap hutang tersebut, namun pada titik tertentu peningkatan utang akan menurunkan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan utang lebih kecil dari biaya yang ditimbulkan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013), Kusumajaya (2011), Analisa (2011) dan Cheng dan Tzeng (2011) yang

menemukan bahwa *leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil statistik penelitian ini menunjukkan penerimaan atas hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan pernyataan Park Younsuk (2010) yang menyatakan bahwa perusahaan mampu mengembangkan usahanya dengan memenuhi modalnya demi meningkatkan laba dan nilai perusahaannya. Kebutuhan modal tersebut dapat dipenuhi melalui berbagai sumber pendanaan dari pihak dalam perusahaan maupun dari pihak luar perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Mahatma, 2013). Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang lebih besar diperkirakan memiliki kesempatan untuk menarik hutang dalam jumlah yang besar dibandingkan dengan perusahaan yang kecil karena nilai aktiva yang dijadikan jaminan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil karena nilai aktiva yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank juga lebih tinggi (Pramana dan Mustanda, 2016). Peningkatan permintaan akan saham suatu perusahaan menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal yang berujung pada kenaikan nilai perusahaan (Zumrotun, 2013).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011), Kusumajaya (2011), Maspupah (2014), Rasiq (2014) serta Pramana dan Mustanda (2016) dimana ukuran perusahaan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan hasil bahwa hipotesis 4 yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ditolak. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih kecil. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Perusahaan tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan seperti *corporate social responsibility* (Sembiring, 2005). Hasil penelitian ini juga tidak berhasil mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menggambarkan kinerja

perusahaan sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Hasil penelitian ini mendukung yang dilakukan oleh Hermawan dan Afyah (2014) dan Chetty (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan CSR bukan merupakan faktor pemoderasi antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan *Leverage* Dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan hasil bahwa hipotesis 5 yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya supaya tidak menjadi sorotan dari pihak debtholders, hal tersebut tentu berdampak terhadap nilai perusahaan. Friedman (1970) dalam Chang (2014) menyatakan bahwa penggunaan hutang yang tinggi dengan diimbangi dengan pelaksanaan CSR yang tinggi mampu mengurangi daya saing perusahaan sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Mangantar (2015) menyatakan hasil sebaliknya yakni *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitiannya ini didukung pula dari hasil penelitian oleh Allazy (2013), Mahatma (2013) dan Maspupah

(2014) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan CSR bukan merupakan faktor pemoderasi dalam hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Likuiditas Dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan hasil bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan ditolak. Semakin besar perusahaan tidak berarti pelaksanaan CSRnya harus tinggi. Pelaksanaan CSR menjadi efektif apabila diimbangi dengan komunikasi yang disesuaikan dengan likuiditas. Perusahaan kecil sebaiknya menekankan pada komunikasi mengenai CSR terhadap bisnis inti perusahaan sedangkan perusahaan besar sebaiknya menekankan kepada peningkatan dan perluasan komunikasi pelaporan CSR.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang dalam penelitian ini sebagai pemoderasi. Berdasarkan analisis data dan pembahasan terhadap 20 perusahaan sampel dari tahun 2013-2017 perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI, maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

nilai perusahaan sesuai dengan hipotesis awal penelitian. Sedangkan *leverage* dan likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian.

Hasil statistik dan pembahasan mengenai peranan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi menemukan hasil bahwa CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI. Hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis awal dalam penelitian ini. Diduga adanya UU Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 merupakan indikasi pengungkapan CSR bukan merupakan variabel moderating, karena dalam UU disebutkan bahwa perusahaan yang berhubungan dengan alam wajib melaksanakan CSR, oleh karena itu investor merasa tidak perlu melihat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, karena perusahaan pasti akan melaksanakan CSR jika tidak menginginkan adanya sanksi perundang-undangan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian, diantaranya adalah:

- a. Dalam penelitian ini hanya mengambil sampel dari perusahaan manufaktur, karena perusahaan manufaktur yang terdekat kaitannya dengan lingkungan dan merupakan sektor industri terbesar di bursa efek, sehingga tidak

mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan.

- b. Penelitian ini hanya memakai ROAdan DER sebagai proksi dari salah satu kinerja keuangan, oleh karena itu hasil penelitian ini belum mencerminkan pengaruh kinerja keuangan seutuhnya.
- c. Penilaian item pengungkapan CSR bersifat subyektif, menurut kepada pandangan peneliti, mungkin akan didapat hasil yang berbeda dari peneliti lainnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan interpretasi data serta simpulan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian, tidak hanya pada perusahaan manufaktur dan periode penelitian ditambah waktunya supaya di peroleh hasil penelitian yang akurat dalam jangka panjang.
- b. Penelitian selanjutnya hendaknya menambah jumlah sampel penelitian dan juga melibatkan sektor industri yang lain agar mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan. Selain itu juga pengukuran indeks CSR harus terus menerus mengikuti perkembangan yang ada dan disesuaikan dengan keadaan dilingkungan khususnya dan di Indonesia pada umumnya, serta memberikan bobot yang berbeda pada

setiap item pengungkapan dalam mengukur indeks CSR.

- c. Variabel hendaknya di tambah dengan variabel yang lain yang dapat mempengaruhi Nilai perusahaan. Untuk mencerminkan kinerja keuangan dapat digunakan komponen-komponen dari rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardilla Mahardhika Johan. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sifat PengungkapanSukarela Tanggung Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Agnes Sawir. 2000. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan*, cetakan kedua, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Allazy, Muhammad Reza. 2013. *Pengaruh Leverage, Probilitas Likuiditas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie. 1(2).
- Analisa, Yangs. 2011. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008)*., Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Arif Sugiono dan Edy Untung. 2008. *Panduan Praktis dan Dasar Analisis Laporan Keuangan*, Grasindo, Jakarta.
- Bambang, Riyanto. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Cheng, Ming Chang and Tzeng Zuwei Ching. 2011). *The Effect of Leverage on Firm Value and How The Firm Financial Quality Influence on This Effect.*, World Journal of Management. 3(2). pp: 30-53.

- Chetty, Sukanya; Rebekah Naidoo and Yudhvir Seetharam. 2015. *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Financial Performance in South Africa.*, World Journal of Management. Vol : 9. pp: 193-214.
- Darwin, Herman. 2009. *Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 13, No. 3.
- Ghazali, Umar,. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hermawan, Sigit dan Afiyah Nurul Ma'ulah. 2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi.*, Jurnal Dinamika Akuntansi. 6 (2). pp : 103-118.
- Kusumajaya, Dewa Kadek Oka. 2011. *Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.*, Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Mahatma Dewi, Ayu Sri dan Ari Wirajaya. 2013. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan.*, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 4(2). pp : 358-372.
- Mangantar, Maryam dan Muhammad Ali. 2015. *An Analysis of the Influence of Ownership Structure, Investment, Liquidity and Risk to Firm Value: Evidence from Indonesia.*, American Journal of Economics and Business Administration. 7(4). pp :166-176.
- Mardiyati, Umi. 2012. *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010.*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). 3(1).
- Maspupah, Ima. (2014). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tanggungjawab sosial perusahaan, Kepemilikan Institutional, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Properti yang Masuk Kedalam Kelompok Daftar Efek Sya*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Mulyawati, Sri dan dkk. (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013).*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
- Pertiwi, Tri Kartika dan Pratama, Ferry Madi Ika. 2012. *Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage.*, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. 14(2). pp : 118-127.
- Pramana, Ngurah Agung Dwi dan Mustanda, Ketut. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi.*, E-Jurnal Manajemen Unud. 5(1). pp: 561 – 594.
- Raziq, Abdul. 2014. *The Relationship Between Firm Size and High Performance Management Practices in Pakistan SMEs.*, Indian Journal of Commerce and Management Studies. 5(2). pp : 27-36.
- Seftianne dan Handayani. 2011. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur*, Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Volume 13, No. 1, April 2011.
- Sembiring. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo. .
- Silvia Agustina. 2013. *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris padaPerusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Sekripsi, Padang: Universitas Negeri Padang.
- Sudana, I Made. 2011. *“Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek”*. , Jakarta: Erlangga. .
- Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan, Y. Jogi. 2013. *Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia*

Tahun 2007-2012, Jurnal Business Accounting Review, Vol.1, No. 2, 2013, Hal. 298-305.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedua belas, Penerbit :Alfabeta. Bandung.

<http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuanganandantahunan.aspx>, diakses 25 November 2017

<https://www.sahamok.com/perusahaan-manufaktur-di-bei/amp/>, diakses 2 Desember 2017

<https://www.bps.go.id/lajupertumbuhan-industri-manufaktur/>, diakses 8 November 2017

