

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor
Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2011 – 2015)**

Yensi Febya Apriyani¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dewi Sutjahyani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dewisutjahyani@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze (1) The influence of Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value. (2) Profitability moderating influence on the relationship of Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value. The population used in this research is a manufacturing company sector property and real estate sector listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) years 2011-2015. The sample was 11 companies using purposive sampling method. Data analysis techniques include (1) Descriptive Statistics (2) Classic Assumption Test: Normality, Multikolinierity, Heteroskedastisity and Autocorrelation (3) Multiple Linear Regression Analysis (4) Goodness of Fit Test : (a) The Coefficient of Determination (b) Statistic Test F (5) Hypothesis test using Test Statistic t. The results of this research showed that (1) Corporate Social Responsibility (CSR) influence negative and significant to firm value. (2) Profitability in this research is proxied by Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA) and Return On Equity (ROE) : (a) Profitability is proxied by Net Profit Margin (NPM) able to moderate the influence of relationship Corporate Social Responsibility (CSR) to corporate value is profitability weaken the influence of relationship Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value (b) Profitability is proxied by Return on Assets (ROA) was not able to moderate the influence of relationship Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value (c) Profitability is proxied by Return On Equity (ROE) was not able to moderate the influence of relationship Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Profitability, Firm Value

ASBTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan (2) Profitabilitas

memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Sampel penelitian ini adalah 11 perusahaan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data meliputi (1) Statistik Deskriptif (2) Uji Asumsi Klasik : Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas dan Autokorelasi (3) Analisis Regresi Linier Berganda (4) Pengujian *Goodness of Fit* : (a) Koefisien Determinasi (b) Uji Statistik F (5) Pengujian Hipotesis menggunakan Uji Statistik t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Profitabilitas pada penelitian ini diproksikan dengan *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)* : (a) Profitabilitas yang diproksikan dengan *Net Profit Margin (NPM)* mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas memperlemah pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan (b) Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)* tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan (c) Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity (ROE)* tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah penilaian pasar bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang berdasarkan peningkatan harga sahamnya. Apabila harga saham meningkat maka dapat memberikan kesejahteraan pada pemegang saham. Para calon investor selalu mempertimbangkan nilai perusahaan sebelum melakukan investasi. Nilai perusahaan menunjukkan suatu kondisi yang telah dicapai perusahaan atas kepercayaan masyarakat melalui aktivitas yang telah dilakukan perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar dan nilai buku dari ekuitasnya. Penelitian Tri Wahyuni, Endang Ernawati, dan Werner R. Murhadi (2013:16) membuktikan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan deviden, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka kerusakan lingkungan tidak terkendali. Perusahaan tidak menyadari bahwa terjadi dampak-dampak negatif yang menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan sekitar akibat kegiatan operasional perusahaan sehingga pemerintah mengeluarkan peraturan bahwa perusahaan wajib melaksanakan dan menerapkan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan merupakan kegiatan berupa aktivitas sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada lingkungan sekitar sebagai pertanggungjawaban mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. *Corporate Social Responsibility* sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap pemegang saham atau *shareholder*, tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan atau *stakeholder*. Dengan melakukan *corporate social*

responsibility maka permasalahan sosial dan lingkungan dapat diselesaikan dan menimbulkan kepercayaan masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) ED PSAK 101 (IAI,2013) Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Kasmir (2016:7) dalam bukunya analisis laporan keuangan mendefinisikan laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Laporan keuangan disajikan perusahaan untuk manajemen, pemilik perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan seperti pemerintah, kreditor, investor maupun para supplier.

Analisis Laporan Keuangan

Menurut Hery (2016:113) analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk membedah laporan keuangan ke dalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing dari unsur-unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang tepat atas laporan keuangan itu sendiri.

Rasio Profitabilitas

Mamduh (2009:81) dalam buku analisis laporan keuangan menyatakan rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan tertentu, aset dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional (Brigham dan Houston, 2010:146). Dalam praktiknya, jenis-jenis rasio yang dapat digunakan adalah *Net Profit Margin*, *Return On Total Asset (ROA)*, dan *Return On Equity (ROE)*.

Teori Stakeholder

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:409) dalam buku teori akuntansi, teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan

tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2007:34) dalam bukunya manajemen keuangan mendefinisikan nilai perusahaan adalah nilai yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang tercermin dari harga pasar perusahaan. Keown (2004:46) dalam bukunya manajemen keuangan, menyatakan nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Corporate Social Responsibility

Wibisono (2007:7) dalam buku membedah konsep dan aplikasi *corporate social responsibility* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai tanggungjawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kausal. Penelitian kausal digunakan untuk menganalisis pengaruh hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 - 2015 berjumlah 49 perusahaan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan sampel pada penelitian ini berjumlah 11 perusahaan. Teknik pengumpulan data melalui sumber data sekunder yaitu teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan laporan tahunan pada perusahaan manufaktur sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 – 2015 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Alat analisis data menggunakan SPSS 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji t, hasil penelitian menunjukkan t hitung sebesar -4,729 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang nilai

signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan dan hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan perusahaan tidak melakukan komunikasi secara tepat mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)* sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang penting dan perlu diperhatikan oleh pihak – pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Yustisia Puspaningrum (2014). Penelitian Ni Wayan (2010) dan Rimba Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menyatakan bahwa besar kecilnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Sebagian besar perusahaan hanya berfokus pada faktor keuangan dan perusahaan kurang memperhatikan faktor-faktor non keuangan seperti *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dapat terlihat pada tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan perusahaan sangat rendah.

Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada nilai perusahaan.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa profitabilitas memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji t, moderasi CSR*NPM memiliki nilai t sebesar -2,291 dengan signifikansi sebesar 0,026 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 sehingga hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas diproksikan dengan *Net Profit Margin (NPM)* memperlemah hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.

Moderasi CSR*ROA memiliki nilai t sebesar 1,133 dengan signifikansi sebesar 0,263 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat meningkatkan nilai

perusahaan pada saat profitabilitas tinggi diproksikan dengan *Return On Total Asset (ROA)* dan sebaliknya, *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas rendah. Sehingga disimpulkan bahwa seberapa besar tingkat profitabilitas perusahaan diproksikan dengan *Return On Total Asset (ROA)* tidak dapat mempengaruhi baik memperkuat atau memperlemah hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga (2010) yang menyatakan profitabilitas tidak mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada nilai perusahaan, disebabkan banyak perusahaan yang tergolong ekonomis yaitu perusahaan memiliki laba yang tinggi tetapi anggaran untuk program *Corporate Social Responsibility (CSR)* rendah.

Moderasi CSR*ROE memiliki nilai t sebesar 1,256 dengan signifikansi sebesar 0,215 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas tinggi diproksikan dengan *Return On Equity (ROE)* dan sebaliknya, *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas rendah. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Profitabilitas pada penelitian ini diproksikan dengan *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Asset (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*. Hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa :
 - a. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Net Profit Margin (NPM)* mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas memperlemah pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.

- b. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)* tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.
- c. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity (ROE)* tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.

Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen yang terkait dengan penerapan *Good Corporate Governance (GCG)* selain *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu sebagai variabel independen yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 32,9% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 67,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian yang digunakan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderating hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya: leverage, size perusahaan, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Ira. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Keuangan Vol.2 No.1* .Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Brigham dan Houston. 2010. **Dasar-Dasar Manajemen Keuangan** Buku 1 Edisi 11. Jakarta : Salemba Empat.
- Dahlia, L. dan S.V Siregar. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). Pontianak: *Simposium Nasional Akuntansi XI*, 1-27.
- Deriyaso, I. 2014. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Efni, Yulia. 2011. Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan (studi pada *sektor property* dan real estate di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Riau.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. **Teori Akuntansi**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19**. Edisi Kelima. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, B. dan Utami, S.S. 2008. Peranan *Corporate Social Responsibility* dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 7, Nomor 2* :174-185. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- Hadi, R.K. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi S1 Akuntansi. Universitas Jember.
- Hery. 2016. **Analisis Laporan Keuangan**. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. 2007. **Manajemen Keuangan** Edisi Kelima. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Suharto, I. 2015. Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2013). Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Kasmir. 2016. **Analisis Laporan Keuangan**. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Keown, A.J. 2004. **Manajemen Keuangan Jilid 1**. Jakarta : Penerbit Indeks.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Mamduh M. Hanafi dan Abdul Halim. 2009. **Analisis Laporan Keuangan**. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nurlela R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). Skripsi S1 Ekonomi. Universitas Syiah Kuala.
- Puspaningrum, Yustisia. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Putra, I. B. D. dan Made, G.W. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Pemoderasi. Jurnal Akuntansi, Vol.13, No.2. Universitas Udayana.
- Putri, F.A. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-KEHATI yang Listing di BEI periode 2010-2012). Jurnal Administrasi Bisnis Volume 12, Nomor 1. Universitas Brawijaya.
- Ramadhani, L.S. 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Retno, R.D. dan Priantinah, D. 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 Volume 1 ,Nomor 1.
- Rustiarini, N.W. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* Pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaanan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Palangkaraya.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2007. Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). Bandung: Refika Aditama.
- Wahyuni, T., Ernawati, E., dan Murhadi, W. R. 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 Vol.2 No.1.
- Weston, J.F. dan Copeland. 2008. **Dasar-Dasar Manajemen Keuangan** Jilid II. Jakarta: Erlangga.

- Wibisono. 2007. **Membedah Konsep dan Aplikasi *Corporate Social Responsibility***. Surabaya : Media Grapka.
- <http://www.sahamok.com/emiten/sektor-property-real-estate/sub-sektor-propertyrealestate/> diakses tanggal 22 september 2016 pada pukul 09.00
- <http://www.bpkp.go.id/public/upload/unit/dan/files/Pdf/Undang-Undang-tahun-2007-40-07.pdf> di akses tanggal 23 september 2016 pada pukul 13.20
- <http://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/> diakses tanggal 13 oktober 2016 jam pada pukul 15.32
- <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Bahasa-Indonesian-G4-PartTwo.pdf> di akses tanggal 13 oktober 2016 pada pukul 21.19
- Joe Hartanto, 2009 diakses Selasa tanggal 6-12 2016 pada pukul 9.35
- <http://www.joehartanto.com/property-vs-real-estate/>
- <http://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/profilperusahaan/intilanddevelopment/item556?> diakses 7 desember pada pukul 20.00
- Sejarah dan profil singkat perusahaan *property* dan *real estate* <http://www.britama.com> diakses 8 desember pada pukul 13.15
- YASIN, MUHAMMAD, and KASINO KASINO. "ANALISIS PENGARUH PAD DAN BELANJA PEMBANGUNAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAERAH DI KABUPATEN dan KOTA se-JAWA TIMUR." *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3, no. 02 (2018).