

Pengungkapan Tingkat Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating

Vira Nuryanti, Nurleli, Rini Lestari

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Jl. Tamansari No 1 Bandung 40116

Viranuryani1@gmail.com, cicedug@gmail.com, unirinilestari@gmail.com

Abstract—This research was conducted with the aim to determine the effect of the level of profitability on the value of the company that is moderated by CSR disclosure as a moderating variable. The object of research used in this study is the level of profitability, corporate value, and CSR disclosure. The subjects in this study were LQ45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). This research method is a verification method with a quantitative approach. This study uses secondary data with a sample of 18 LQ45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2017 observation period or 36 observations. Hypothesis testing in this study uses the method of multiple regression analysis and moderation regression analysis. The results showed that the level of profitability has a significant and positive direction, audit quality has a positive and significant effect on firm value, CSR disclosure has a positive and significant effect on firm value, while CSR disclosure is able to moderate the effect of profitability on firm value. Suggestions for further researchers, namely It is expected to expand the company's sample, and add other proxies such as Net Profit Margin (NPM), Return on Sales (ROS), or Earning per Share (EPS).

Keywords—Profitability Level, CSR Disclosure, Company Value.

Abstract—Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang di moderasi oleh pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat profitabilitas, nilai perusahaan, dan pengungkapan CSR. Subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode penelitian ini adalah metode verifikasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan sampel sebanyak 18 perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk rentang waktu pengamatan 2016-2017 atau 36 pengamatan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh signifikan dan arah positif, kualitas audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu diharapkan untuk memperluas sampel perusahaan, dan menambahkan proksi lain seperti Net Profit Margin (NPM), Return on Sales (ROS), atau Earning per Share (EPS).

Kata kunci—Tingkat Profitabilitas, Pengungkapan CSR,

Nilai Perusahaan.

I. PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai salah satu entitas ekonomi di suatu negara sudah seharusnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan utama perusahaan dalam jangka pendek adalah memaksimalkan laba yang diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya secara efisien, sedangkan tujuan dalam jangka panjang adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan memberikan insentif bagi para pemegang saham [1].

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009:7).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas. Dalam penelitian ini profitabilitas dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulanan, dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien (Susan Irawati, 2006).

Selain profitabilitas saat ini investor juga memandang indikator Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi. CSR dinilai sebagai bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar, jadi perusahaan selain bertujuan untuk mengembangkan perusahaannya juga memperhatikan kebutuhan sosial masyarakat sekitarnya yang mana hal tersebut akan berdampak positif terhadap nama baik atau performance perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan [2].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Tingkat Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

3. Apakah Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan tingkat profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan ?

II. LANDASAN TEORI

Menurut Govindarajan [3] profitabilitas dinyatakan dalam arti dan konsep yang paling luas melalui persamaan yang merupakan hasil dari dua rasio yaitu persentase margin laba dan investment turnover. Selanjutnya Menurut Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden.

Menurut Sudana (2011:22) ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktivaperusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa menghasilkan laba yang besar dan sebaliknya.

Dari pengertian menurut para ahli, dapat di tarik kesimpulan bahwa profitabilitas adalah profitabilitas merupakan perhitungan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham sebagaimana dikemukakan oleh Brigham (2010:7). Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi sebagaimana di kemukakan oleh Anggitasai (2012:33)

Sartono (2010:487) mengemukakan bahwa, nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu.

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini, apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para shareholder.

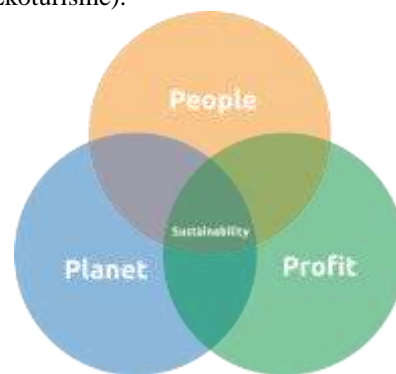
Dari pengertian menurut para ahli, dapat di tarik kesimpulan bahwa Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini, apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para shareholder.

Menurut Gray et al (1987:4) dalam Andrianto (2017:23)

mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai proses pemberian informasi yang dirancang untuk melepaskan sosial akuntabilitas. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, maka semua perusahaan mayoritas melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya. Tujuan pengungkapan CSR adalah untuk menyediakan informasi yang relevan kepada pemakai laporan keuangan untuk membantu mereka mengambil keputusan (Purnama 2018:24).

Menurut Elkington (1997) mengemukakan di dalam buku Mardikanto (2014:128) secara konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah The Triple Bottom Line (3P) yang terdiri dari :

1. Profit. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. People. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan sebagainya.
3. Planet. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (Ekoturisme).



Gambar 1. Trippel Bottom

Pengukuran Pengungkapan Corporate Social Responsibility mengacu pada instrument yang dibuat oleh Global Reporting Initiative (GRI). Global Reporting Initiatives (GRI) merupakan suatu jaringan non-pemerintahan yang didirikan oleh UNEP dan CERES pada tahun 1997 di Boston Amerika Serikat. GRI bertujuan adalah untuk menciptakan mekanisme akuntabilitas untuk memastikan perusahaan mengikuti Prinsip CERES untuk perilaku lingkungan yang bertanggung jawab.

Dalam GRI-G4 terdapat 91 indikator pengungkapan yang terbagi lagi dalam 6 kategori yaitu :

1. Indikator kinerja ekonomi, mencakup kinerja ekonomi, kehadiran pasar, dampak ekonomi tak langsung.
2. Indikator kinerja lingkungan, meliputi air, energy, keragaman hayati, emisi, limbah dan sampah.
3. Indikator kinerja sosial, terdiri dari produk dan layanan, kepatuhan, transportasi, dll.
4. Indikator kinerja hak azasi manusia, mencakup praktik investasi dan pengadaan, non diskriminasi, kebebasan berorganisasi dan daya tawar kolektif, buruh anak, kewajiban buruh, praktik keamanan, hak masyarakat setempat, dll.
5. Indikator kinerja kemasyarakatan, yaitu komunitas local, korupsi, kebijakan publik, perilaku anti kompetitif, kepatuhan
6. Indikator kinerja tanggung jawab produk, meliputi kesehatan dan keselamatan pelanggan, label produk dan layanan, komunikasi

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Tingkat Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang dirumuskan oleh peneliti diterima. Dari hasil pengujian parsial (uji t), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$ (tabel 4.16). Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2017. Hal ini dibuktikan pada analisis statistik deskriptif tingkat profitabilitas, diperoleh nilai minimum sebesar 0,033 dan nilai maksimumnya adalah 0,204, kemudian rata-rata tingkat profitabilitas adalah 0,113 (tabel 4.4), dimana nilai rata-rata tingkat profitabilitas mendekati nilai maksimum. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tingkat profitabilitas pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2017 memiliki ROA baik.

Jika dilihat dari persamaan analisis regresi berganda, koefisien regresi tingkat profitabilitas bernilai positif sebesar 0,082 yang artinya jika tingkat profitabilitas meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,082. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Selanjutnya dari hasil koefisien determinasi, pengaruh tingkat profitabilitas memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 26,6% pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode pengamatan 2016-2017. Sedangkan sisanya 73,4% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Dari penjelasan diatas bahwa kekuatan laba diakui sebagai faktor utama dalam penilaian perusahaan. Profitabilitas atau laba merupakan daya tarik bagi para

investor sebelum menanamkan saham diperusahaan tersebut. Investor akan terlebih dahulu melihat tingkat profitabilitas untuk menilai nilai perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dilakukan adalah dengan cara memaksimalkan profit (Agus Sartono, 2011:7). Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham suatu perusahaan juga akan meningkat (Husnan, 2001:317).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurrahman (2018), Mufidah (2018), Prasetyorini (2013) yang menunjukkan bahwa variabel tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang berarti tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.

B. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang dirumuskan oleh peneliti diterima. Dari hasil pengujian parsial (uji t), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$ (tabel 4.16). Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2017. Hal ini dibuktikan pada analisis statistik deskriptif pengungkapan CSR, diperoleh nilai minimum sebesar 0,221 dan nilai maksimumnya adalah 0,341, kemudian rata-rata tingkat profitabilitas adalah 0,292 (tabel 4.6), dimana nilai rata-rata pengungkapan CSR mendekati nilai maksimum. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan CSR pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2017 telah mengungkapkkan CSR dengan baik.

Jika dilihat dari persamaan analisis regresi moderasi, koefisien regresi pengungkapan CSR bernilai positif sebesar 0,026 yang artinya jika pengungkapan CSR meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,026. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Selanjutnya dari hasil koefisien determinasi, pengaruh pengungkapan CSR memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 26,6% pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode pengamatan 2016-2017. Sedangkan sisanya 73,4% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan

antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan (Bowen, 2014). Menurut Grey et al, (2001) dalam Rukmana, (2017) perusahaan juga perlu mengungkapkan kegiatan CSR untuk mempertanggung jawabkan perusahaan mengenai masalah seputar akuntansi sosial yang disajikan dalam laporan tahunan atau media lainnya. Pengungkapan CSR menjadi sangat penting karena hal tersebut menjadi tolak ukur masyarakat disekitar lingkungan perusahaan maupun investor untuk melakukan penilaian. Secara teori, semakin baik perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, maka nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosiana (2018), dan Indah (2016) yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang berarti pengaruh ini disebabkan karena investor selain melihat kinerja keuangan dalam perusahaan, investor juga memperhatikan alokasi dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan program CSR yang diterapkan oleh perusahaan.

C. Pengaruh Tingkat Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan yang di moderasi dengan pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang dirumuskan oleh peneliti diterima. Dari hasil pengujian parsial (uji t), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$ (tabel 4.17). Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2017. Hal ini dibuktikan pada analisis statistik deskriptif pengungkapan CSR diperoleh nilai minimum sebesar 0,221 dan nilai maksimumnya adalah 0,341, kemudian rata-rata prngungkapan CSR yang memoderasi tingkat profitabilitas adalah 0,292, dimana nilai rata-rata pengungkapan CSR mendekati nilai maksimum. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan CSR yang memoderasi tingkat profitabilitas pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2017 telah meningkatkan nilai perusahaan.

Jika dilihat dari persamaan analisis regresi moderasi, koefisien regresi pengungkapan CSR yang memoderasi tingkat profitabilitas bernilai positif sebesar 0,378 yang artinya jika pengungkapan CSR dan tingkat profitabilitas (moderating) meningkat dan variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,378. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR yang memoderasi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan semakin tinggi. Selanjutnya dari hasil koefisien determinasi, nilai koefisien determinasi

pengaruh pengungkapan CSR memberikan kontribusi pengaruh sebesar 35,2% pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode pengamatan 2016-2017. Sedangkan sisanya 73,4% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Pengaruh ini disebabkan karena investor selain melihat kinerja keuangan dalam perusahaan, investor juga memperhatikan alokasi dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan program CSR yang diterapkan oleh perusahaan. Pada saat perusahaan melakukan pengungkapan CSR, image perusahaan akan semakin meningkat di mata investor, perubahan investor yang sudah tidak hanya melihat keuntungan perusahaan, melainkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, dan produk perusahaan tersebut. Hal tersebut akan meningkatkan harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Menurut Rosiana (2013) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor [4], dan dengan meningkatnya nilai perusahaan, investor lebih tertarik untuk berinvestasi (Ramona, 2017). Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat [2].

Hal ini sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan yang mengungkapkan CSR mampu mencapai stabilitas dan kemakmuran ekonomi pada jangka panjang. Hal ini dikarenakan bahwa CSR di Indonesia merupakan hal yang bukan lagi bersifat sukarela melainkan sudah diamanatkan dalam UU RI nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sesuai dengan teori Baron dan Kenny (1986) variabel pengungkapan CSR sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi arah dan/atau kuat lemahnya hubungan antara variabel independen yaitu tingkat profitabilitas dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mufidah (2018), dan Indah (2016) yang menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR mampu memoderasi tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2017.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderating pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2017, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat profitabilitas memiliki pengaruh terhadap

nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

2. Pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pengungkapan CSR pada perusahaan maka nilai perusahaan semakin meningkat.
3. Pengungkapan CSR sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan antara tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi pengungkapan CSR pada perusahaan maka nilai perusahaan dan profitabilitas semakin meningkat.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan sampel yang digunakan merupakan perusahaan yang bersifat homogen.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan atau menambahkan proksi lain seperti Net Profit Margin (NPM), Return on Sales (ROS), atau Earning per Share (EPS) dalam meneliti tingkat profitabilitas perusahaan sehingga hasil penelitian dapat lebih meyakinkan.

B. Saran Praktis

1. Bagi perusahaan, disarankan untuk membuat pelaporan tanggungjawab sosialnya dengan mengacu pada standar GRI G4 secara menyeluruh, sehingga pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan menjadi lebih baik dan indeks CSR perusahaan pun dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pramana, I. A., & Mustanda, I. K. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- [2] Mufidah, N., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*.
- [3] Govindarajan, A. V. (2008). *Management Control System, Terjemahan Kurniawan Tjakrawala dan Krista*. Jakarta: Salemba Empat.
- [4] Pratama, M. I. (2014). Pengaruh CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*.
- [5] Andrianto, M. R. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal. Universitas Bina Nusantara*.
- [6] Anggitasari, N. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Struktur Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Symposium Nasional Akuntansi XIII*.
- [7] Ardianti, S. H. (2013). Pengaruh Earning Per Share (EPS), Net Profit Margin (NPM), Debt To Equity (DER), Price To Book Value (PBV) Terhadap Return Saham. *Skripsi*.
- [8] Brigham, & Houston. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.

- [9] Harmono. (2009). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta: Bumi Aksara.