



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

APAKAH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAPAT MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN?

Dhelvia Shelviany¹
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
dhelviashelviany@gmail.com

Purweni Widhianningrum²
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
weni.widhi@gmail.com

Elly Astuti³
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
ellyastuti@unipma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (yang terdiri dari dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2016. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 13 perusahaan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dimensi lingkungan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan dimensi sosial tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Investor memberikan respon positif pada nilai ekonomi yang didistribusikan langsung kepada investor.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*; Dimensi Ekonomi; Dimensi Lingkungan; Dimensi Sosial; Nilai Perusahaan.



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

PENDAHULUAN

Perusahaan didefinisikan sebagai setiap bentuk usaha yang menjalankan jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba (UU No. 3 Pasal 1 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan). Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk memperoleh laba dengan sumber daya yang dimilikinya, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Susanto dan Ardini, 2016: 1).

Informasi-informasi yang dapat membawa dampak terhadap nilai perusahaan diantaranya *earnings*, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas (Harmono, 2016: 113). Selain informasi tersebut, faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Susanto dan Ardini, 2016: 2). *Corporate Social Responsibility* merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Rosiana, Juliarsa dan Sari, 2013: 724). Motif perusahaan melaksanakan kegiatan CSR yaitu antara lain diharapkan dapat mendukung tujuan perusahaan, sebagai upaya memenuhi himbauan dan anjuran pemerintah, serta diharapkan dapat mendukung strategi (keunggulan kompetitif) perusahaan terutama untuk mendukung kegiatan (operasional) utama perusahaan (Hadi, 2011: 154-155). Pengungkapan CSR menjadi penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya (Putri dan Raharja, 2013: 3).

Sejumlah perusahaan yang menimbulkan permasalahan terkait CSR di Indonesia diantaranya lumpur lapindo di Porong akibat aktivitas operasional perusahaan Lapindo Brantas, konflik masyarakat Papua dengan PT Freeport Indonesia, konflik masyarakat Aceh dengan Exxon Mobile yang mengelola gas bumi di Arun, pencemaran lingkungan oleh Newmont di Teluk Buyat, dan sebagainya. Berdasarkan fenomena tersebut, maka pemerintah melakukan pencegahan dengan mengatur pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia antara lain pada Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012, Undang-Undang RI No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia Nomor PER-02/MBU/7/2017 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara serta peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 51/PJOK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.

Penelitian terdahulu (William, 2012; Rosiana, Juliarsa dan Sari, 2013; Suryani dan Fitria, 2014; Latupono dan Andayani, 2015; Hastuti, 2016; dan Sari, Artinah dan Safriansyah, 2017) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan CSR akan mendapatkan apresiasi positif dari *stakeholder* yang ditunjukkan melalui peningkatan harga saham (Latupono dan Andayani, 2015: 13).



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

(Y) yang dihitung dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Pengukuran nilai perusahaan dengan rasio Tobin's Q menggunakan rumus sebagai berikut:

Tobin's Q

Total Aset

sebesar 0,2240016. Variabel dimensi sosial memiliki nilai minimum sebesar 0,0833, nilai maksimum sebesar 0,9375, nilai rata-rata sebesar 0,342950, dan nilai standar deviasi sebesar 0,2014148. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,6307, nilai maksimum sebesar 2,6460, nilai rata-rata sebesar 1,343896, dan nilai standar deviasi sebesar 0,5465538. Tabel 2.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		
B						
1	(Constant)					
		Std. Error	Beta			
Dimensi Ekonomi	0,943	0,365	0,155	0,457	-0,528	0,600
Dimensi Lingkungan	-0,770	0,265	-0,446	-2,908	0,005	
Dimensi Sosial	-0,046	0,367	-0,024	-0,125	0,901	

a. Dependent Variable: LN_Y

Berdasarkan Tabel 2, maka persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$LN \text{ Tobin's } Q = -0,082 + 0,943 \text{ Dimensi ekonomi} - 0,770 \text{ Dimensi lingkungan} - 0,046 \text{ Dimensi sosial}$

Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang berdimensi ekonomi terhadap nilai perusahaan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel dimensi ekonomi sebesar $0,013 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dimensi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dimensi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi pengungkapan CSR yang berdimensi ekonomi oleh perusahaan, maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan dimensi ekonomi dapat digunakan oleh investor untuk mengetahui nilai



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

ekonomi langsung yang dihasilkan berupa pendapatan dan nilai ekonomi yang didistribusikan berupa pembayaran kepada pemodal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian William (2012), Hastuti (2016) dan Sari, Artinah dan Safriansyah (2017) yang membuktikan bahwa pengungkapan dimensi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa para investor dan *stakeholder* melihat adanya pengungkapan CSR dimensi ekonomi sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (William, 2012: 93). Pengungkapan dimensi ekonomi mampu memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sari *et al.*, 2017: 27). Jadi, semakin tinggi pengungkapan dimensi ekonomi dalam CSR oleh perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan (Hastuti, 2016: 9).

Hasil penelitian ini mendukung teori *stewardship* yang memandang bahwa manajemen sebagai pihak yang dapat dipercaya untuk bertindak sebaik-baiknya bagi kepentingan publik pada umumnya maupun para pemegang saham pada khususnya (Solihin, 2015: 119). Smerdon (dalam Sutedi, 2011: 31) menjelaskan bahwa dalam teori *shareholder* direksi dalam menjalankan kegiatan tugasnya harus mempertimbangkan kepentingan pemegang sahamnya agar dapat memastikan bahwa dalam jangka panjang kesehatan perusahaan termasuk didalamnya peningkatan nilai pemegang saham.

Pengungkapan dimensi ekonomi utamanya pada aspek kinerja ekonomi dimana salah satunya adalah mengungkapkan pembayaran kepada pemodal membuat investor memberikan respon positif melalui peningkatan harga saham yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang berdimensi lingkungan terhadap nilai perusahaan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel dimensi lingkungan sebesar $0,005 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dimensi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dimensi lingkungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya setiap kenaikan pengungkapan CSR yang berdimensi lingkungan oleh perusahaan, maka akan menurunkan nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran investor belum maksimal mengenai pentingnya aspek lingkungan dalam menjalankan kegiatan perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Kurniawan, Sofyani dan Rahmawati (2018) dan Crisostomo, Freire dan Vascocellos (2011) yang membuktikan bahwa pengungkapan dimensi lingkungan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Kurniawan *et al.* (2018: 15) perusahaan yang belum melaporkan *sustainability report* khususnya kategori lingkungan tidak dapat terpantau oleh investor. Pemikiran yang mungkin terbentuk oleh investor adalah pengungkapan yang dilakukan beberapa perusahaan di Indonesia hanyalah untuk meningkatkan citra saja, dan bersifat kontradiktif dengan kenyataan bahwa lingkungan di Indonesia semakin memburuk. Hal tersebut yang mungkin dapat menyebabkan arah hubungan negatif antara pengungkapan dimensi lingkungan dengan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Hasan dan Andriany (2015: 88) yang menyatakan kegiatan CSR yang dilandasi oleh kesadaran pelaku bisnis cenderung berorientasi pada kegiatan nonprofit, sehingga bertentangan dengan nalar bisnis. Aktivitas CSR dapat mengganggu operasional perusahaan karena membebani pengeluaran perusahaan



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

dengan biaya sosial yang tinggi. Hadi (2011: 80) menjelaskan bahwa perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial lebih didasarkan pada motif ekonomi. Hal tersebut didukung oleh pendapat Friedman (dalam Hasan dan Andriany, 2015: 91) yang menyatakan apabila manajer melakukan tanggung jawab selain ekonomi, maka hal tersebut dipandang sebagai pengkhianatan kepada pemegang saham.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa pengungkapan dimensi lingkungan oleh sebagian besar perusahaan sampel masih belum memadai dan menyeluruh. Hal tersebut dapat disebabkan oleh jenis sektor sebagian besar perusahaan sampel yang tidak bergerak di bidang sumber daya alam secara langsung, sehingga terdapat beberapa indikator pengungkapan yang tidak berkaitan dengan kegiatan operasionalnya. Pengungkapan dimensi lingkungan yang belum maksimal oleh perusahaan sampel mengakibatkan investor belum memperoleh informasi lingkungan yang cukup sebagai bahan pertimbangan untuk menilai kinerja perusahaan, sehingga dalam penelitian ini memberikan arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang berdimensi sosial terhadap nilai perusahaan

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel dimensi sosial sebesar $0,901 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dimensi sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa investor belum memperhatikan aspek sosial dalam pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Leon, Mahsina dan Cholifah (2016), Astuti dan Juwenah (2017) dan Sari, *et al.* (2017) yang membuktikan bahwa pengungkapan dimensi sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Sari *et al.* (2017: 27) rendahnya indeks pengungkapan aspek sosial dapat menjadi faktor yang menyebabkan para investor dan analis belum mempertimbangkan pengungkapan aspek sosial dalam penilaian perusahaan. Sedangkan menurut Astuti dan Juwenah (2017: 311-312) informasi dalam pengungkapan kinerja sosial perusahaan masih belum menarik bagi investor.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan pendapat Bowen (dalam Solihin, 2015: 16) yang menyatakan bahwa kewajiban pelaku bisnis untuk menetapkan tujuan bisnis yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Sedangkan Friedman (dalam Solihin, 2015: 39) berpendapat bahwa pelaksanaan CSR apabila alokasi sumber daya perusahaan yang dilakukan untuk program CSR memberikan kontribusi bagi optimalisasi laba perusahaan. Solihin (2015: 39) menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR oleh berbagai perusahaan korporasi di dunia hanya bertujuan untuk meningkatkan reputasi mereka di mata publik maupun pemerintah dan bukan untuk meningkatkan kesejahteraan secara luas.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa pemahaman perusahaan dalam menjalankan CSR hanya sebagai tuntutan hukum saja sehingga hanya sebatas meningkatkan reputasi. Dimensi sosial yang diungkapkan belum berfokus kepada tanggung jawab perusahaan terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya seperti persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan. Nilai pengungkapan dimensi sosial yang kurang memadai dan menyeluruh menggambarkan bahwa perusahaan masih belum menjalankan CSR di bidang sosial secara maksimal, sehingga investor tidak mempertimbangkan aspek sosial dalam proses pengambilan keputusan.



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan dimensi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek ekonomi telah menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan. Pengungkapan dimensi lingkungan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan dimensi lingkungan yang dilakukan perusahaan belum mampu meningkatkan kesadaran investor pada aspek lingkungan dan juga meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan dimensi sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Rendahnya pengungkapan CSR dimensi sosial oleh perusahaan menyebabkan para investor belum mempertimbangkan pengungkapan aspek sosial dalam penilaian kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan diantaranya hanya menggunakan variabel pengungkapan CSR sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan jangka waktu pengamatan selama 4 tahun. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti *earnings*, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas serta menambah jumlah sampel dengan cara memperpanjang periode pengamatan di atas 4 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Finesta*, Vol. 2 No. 1 hal. 42-47.
- Astuti, A.D. & Juwenah. (2017). Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Nilai Perusahaan yang Tergabung dalam LQ 45 Tahun 2012-2013. *Journal Unshika*, Vol. 2 No. 01 hal. 301-313.
- Crisostomo, V.L., Freire, F.D.S., & Vasconcellos, F.C.D. (2011). *Corporate Social Responsibility, Firm Value and Financial Performance in Brazil*. *Social Responsibility Journal*, Vol. 7 No. 2 hal. 295-309.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harmono. (2016). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, S. & Andriany, D. (2015). *Pengantar CSR Sejarah, Pengertian, dan Praksis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hastuti, N. (2016). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014). *Jurnal Profita Edisi 7* Hal. 1-19.
- Kurniawan, T., Sofyani, H., & Rahmawati, E. (2018). Pengungkapan *Sustainability Report* dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris di Indonesia dan Singapura. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol.16 No. 1 hal. 1-20.
- Latupono, S.S. & Andayani. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan: *Good Corporate Governance* Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 8 hal. 1-15.
- Leon, Y.A.B., Mahsina & Cholifah. (2016). Analisis Perhitungan Variabel-variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan yang Menggunakan Metode Rasio Tobin's Q. *Jurnal Akuntansi UBHARA*, Vol. 2 No. 1 hal. 72-88.



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

- Pedoman pelaporan berkelanjutan *Global Reporting Initiative* (GRI). (2013). (www.globalreporting.org).
- Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012.
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia Nomor PER-02/MBU/7/2017 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/PJOK.3/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.
- Putri, H.C.M. & Raharja, S. (2013). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel *Moderating*. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 2 No. 3 hal. 1-15.
- Rosiana, G.A.M.E., Juliarsa, G., & Sari, M.M.R. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 5 No. 3 hal. 723-738.
- Sari, N. A., Artinah, B. & Safriansyah. (2017). *Sustainability Report* dan Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Spread*, Vol. 7 No. 1 hal. 21-30.
- Solihin, I. (2015). *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stacia, E. & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, Vol. 3 No. 2 hal. 81-90.
- Suryani, I. & Fitria, A. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 3 No. 10 hal. 1-18.
- Susanto, C.M. & Ardini, L. (2016). Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 No. 7 hal. 1-15.
- Sutedi, A. (2012). *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Wardoyo & Veronica, T.M. (2013). Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 4 No. 2 hal. 132-149.
- William. (2012). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berdasarkan Pedoman *Global Reporting Initiative* Terhadap Nilai Perusahaan. *Tesis*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

LAMPIRAN

Tabel 1. Statistik Deskriptif Descriptive Statistics

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Dimensi Ekonomi	52	0,2222	1,0000	0,553419	0,1873614
Dimensi Lingkungan	52	0,0000	0,9706	0,264694	0,2240016
Dimensi Sosial	52	0,0833	0,9375	0,342950	0,2014148
Dimensi Perusahaan	52	0,6307	2,6460	1,343896	0,5465538
Valid N (listwise)			52		

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
B					
1	(Constant)				
		Std. Error	Beta		
Dimensi Ekonomi	-,027	,204	-,027	-,132	,002
Dimensi Lingkungan	-,027	,148	-,031	-,179	,895
Dimensi Sosial	,046	,206	,049	,223	,859
					,825

a. Dependent Variable: RES_4

Tabel 5. Uji Autokorelasi Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,476a	,227	,178	,35032	1,777

a. Predictors: (Constant), Dimensi Sosial, Dimensi Lingkungan, Dimensi Ekonomi

b. Dependent Variable: LN_Y