

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DAN VOLUME PERDAGANGAN
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2020)**

Larangga Wildan Tanzul Fikri*), Junaidi **), Hariri *)**
littleandomboyz.rw@gmail.com
Universitas Islam Malang

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Corporate Social Responsibility on company value and the trading volume. The population in this study were all manufacture company food and drink sub sector that listed on IDX for the period 2017 until 2020. The sample used was 13 company samples that met the criteria for the research subject in 2021. The analytical method used was simple linear regression, normality test, descriptive statistical analysis, and hypothesis testing. The results of the study indicate that Corporate Social Responsibility affect company value and the trading volume.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Company Value, and Trading Volume*

Pendahuluan

Latar Belakang

Pembangunan suatu negara merupakan tanggung jawab setiap masyarakat negara, bukan hanya pemerintahan saja yang menjaga pembangunan negara agar meningkat melainkan semua berperan dalam aspek peningkatan, baik dalam kesejahteraan sosial maupun kesejahteraan ekonomi. Kondisi yang tidak terduga seperti terjadinya kemiskinan yang mulai meningkat, menurunnya kesehatan masyarakat, dan pandemi Covid-19 merupakan tuntutan dan ajakan kepada perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya kepada seluruh stakeholder yang terkait. Stakeholder yang terdiri dari karyawan, pemerintah, investor, konsumen, pemasok dan masyarakat memicu kesadaran perusahaan untuk mengurangi dampak yang terjadi dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), (Ginting, 2019).

Kepedulian terhadap masyarakat umum, komitmen yang bagus untuk memberikan dana untuk aktivitas CSR secara terus menerus sebenarnya juga akan memberikan dampak yang baik kepada perusahaan dan dampak untuk kedepannya agar bisa berjalan dengan lancar. Selain itu, para investor juga akan semakin minat terhadap perusahaan, CSR juga mampu digunakan sebagai alat pemasaran yang baru, dan juga mampu dijadikan sebagai simbiosis mutualisme. Loyalitas konsumen yang semakin tinggi bisa membuat penjualan akan semakin meningkat, laju penjualan yang semakin meningkat akan membuat perubahan pada laba rugi perusahaan.

Menurut (Apriwenni, 2020:44) “Nilai perusahaan adalah sebuah nilai yang menunjukkan cerminan dari ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa nilai pasar ekuitas, nilai buku dari total hutang dan nilai buku dari total ekuitas. Nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat stakeholder percaya bahwa tidak hanya pada kinerja perusahaan saja tetapi juga prospek perusahaan dimasa depan. Maka dari itu tujuan utama dari pendirian sebuah perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*)”.

Perubahan sifat *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang semula bersifat sukarela dari perusahaan menjadi kewajiban bagi perusahaan sesuai dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) nomor 40 Tahun 2007 merupakan perkembangan yang signifikan untuk kesejahteraan sosial maupun ekonomi Negara Indonesia apalagi masih ada perusahaan yang

masih mengeksploitasi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan manusia secara berlebihan, CSR ditegaskan untuk meredam konflik yang sering terjadi akibat masyarakat dengan perusahaan sehingga harus bisa menyeimbangkan *input* dan *output* dari perusahaan ke lingkungannya.

Rumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap volume perdagangan?

Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap volume perdagangan.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
Riset ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan, perusahaan serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Manfaat praktis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu:
 - a. Bagi Peneliti
Riset ini dapat dijadikan pengetahuan baru tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.
 - b. Bagi Akademisi
Riset ini dapat dijadikan pembelajaran bagi akademisi tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.
 - c. Bagi Perusahaan
Riset ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan tentang pentingnya mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.

Tinjauan Pustaka

Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian diantaranya adalah:

Ginting, (2019) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan” Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang telah terdaftar di BEI Periode 2010-2011. Jumlah sampel pada penelitian tersebut menggunakan 40 perusahaan dengan laporan keuangan tahunan yang lengkap mulai dari periode 2010 sampai 2011, serta alat analisis yang digunakan peneliti merupakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial dan simultan yang dilakukan peneliti tersebut mendapatkan hasil yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan namun tidak berpengaruh pada volume perdagangan saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 dan 2011.

Ayem dan Nikmah, (2019) meneliti mengenai “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi*” Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. Teknik analisis yang digunakan peneliti merupakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Dari hasil pengujian parsial yang dilakukan peneliti hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh keseluruhan positif kepada nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa pengungkapan CSR oleh suatu perusahaan dipengaruhi oleh semakin besar pelaksanaan dan pengungkapan CSR. Tingkat pengungkapan tanggung jawab yang tinggi juga akan menarik perhatian para investor.

Hakim, (2019) pada penelitian yang berjudul “*Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Volume Perdagangan Saham*” Studi pada Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Tahun 2015-2018. Jumlah sampel penelitian yaitu 11 perusahaan pertanian, serta menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dibantu dengan aplikasi SPSS. Dari hasil yang telah didapatkan menjelaskan bahwa semakin besar pengungkapan tanggung jawab CSR maka volume perdagangan juga semakin meningkat.

Murad, (2020) yang meneliti tentang “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan*” Studi Pada Perusahaan Plastik dan Kemasan yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017. Jumlah sampel yang didapat oleh peneliti setelah diberikan batasan yaitu sebanyak 7 sampel perusahaan plastik dan kemasan, serta peneliti menggunakan alat analisis regresi linear sederhana dalam penelitiannya.

Tinjauan Teori

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut (Ratna dan Zuhrohtun, 2006) “*Signaling Theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain”.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori ini menjelaskan bagaimana hubungan antara dua belah pihak agen dan prinsipal. Prinsipal yaitu pihak yang telah memberikan amanah kepada yang lain contohnya agent. Hubungan keagenan juga dapat dibedakan menjadi dua macam meliputi antara manajer dan pemegang saham dan antara manajer dan pemberi pinjaman.

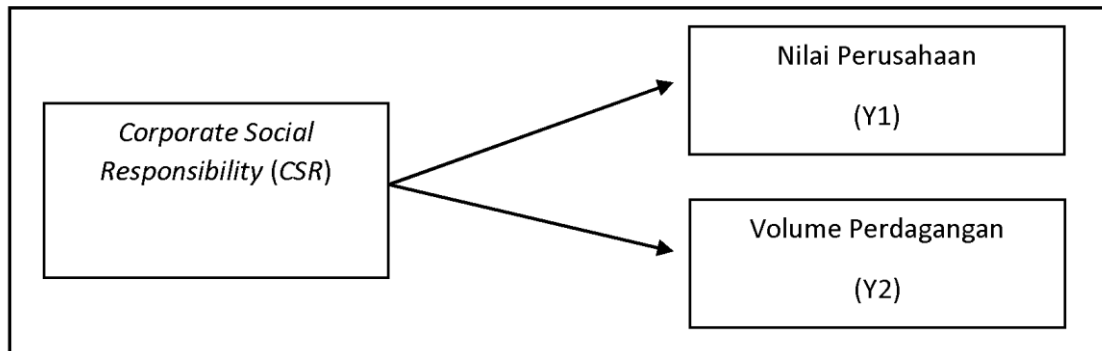
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Bentuk tanggung jawab perusahaan kepada sosial merupakan mekanisme bagi suatu organisasi secara sukarela kepada masyarakat umum, untuk mendapatkan perhatian kepada lingkungan sekitar dan juga dapat menghasilkan suatu dampak yang luar biasa apabila diterapkan secara konsisten dan terus menerus.

Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha

Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Sinyal positif akan muncul ketika telah menerapkan pengeluaran investasi kepada seorang manajer mengenai pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan tinjauan teori diatas dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Volume Perdagangan

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2016:8) “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain. Hubungan ini dapat berupa hubungan biasa (korelasi), maupun hubungan kausalitas (sebab akibat) (Ulum & Juanda, 2016).

Populasi

Menurut (Sanusi, 2011) “populasi adalah keseluruhan kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar (*listing*) di BEI”.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2010) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 sampai dengan 2020”.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility</i>	52	,03	,17	,0815	,03982
Nilai Perusahaan	52	-1,17	9,99	4,0521	3,63475
Volume Perdagangan	52	7,44	27,36	15,3570	4,82604
Valid N (listwise)	52				

(Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2021)

Melalui data tiap variabel sebanyak 52 tabel diatas memperlihatkan hasil statistik deskriptif riset yaitu:

1. *Corporate Social Responsibility (X)*
 Berdasarkan perolehan data CSR pada tahun 2017-2020 diketahui hasil rata-rata yang didapatkan yaitu sebesar 0,0815 dengan nilai deviasi standar sebesar 0,03982. Dengan nilai minimum sebesar 0.03 dan nilai maximum 0,17.
2. Nilai Perusahaan (Y1)
 Nilai perusahaan diperoleh rata-rata sebesar 4,0521. Nilai deviasi standar 3,63475. Dengan nilai minimum sebesar -1,17 dan nilai maksimum 9,99.
3. Volume Perdagangan (Y2)
 Pada tabel 4.3 volume perdagangan yang paling rendah bernilai 7,44 dan yang paling tinggi bernilai 27,36. Dengan nilai rata-rata yang dihasilkan adalah 15,3570 serta standar deviasi senilai 4,82604.

Uji Normalitas Persamaan 1

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,46774834
	Absolute	,106
Most Extreme Differences	Positive	,103
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smimov Z		,765
Asymp. Sig. (2-tailed)		,603

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Data Sekunder diolah, 2021)

Berdasarkan tabel output diatas diperoleh bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) dari CSR (X) terhadap Nilai perusahaan (Y1) sebesar 0,603 > 0,05, maka sesuai dasar pengambilan keputusan data berdistribusi normal.

Persamaan 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,55535071
	Absolute	,086
Most Extreme Differences	Positive	,086
	Negative	-,070
Kolmogorov-Smirnov Z		,624
Asymp. Sig. (2-tailed)		,831

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Data Sekunder diolah, 2021)

Berdasarkan tabel output diatas diperoleh bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) dari CSR (X) terhadap Volume Perdagangan (Y2) sebesar 0,831 > 0,05, maka sesuai dasar pengambilan keputusan data berdistribusi normal.

Analisis Regresi Sederhana

Persamaan 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,282	1,115		5,632	,000
1 Corporate Social Responsibility	-27,349	12,315	-,300	-2,221	,031

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

(Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

$$Y1 = 6,282 - 27,349_{(Sig. 0,031)} + e$$

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa:

- Konstanta (a) sebesar 6,282 artinya jika *Corporate Social Responsibility* nilainya 0 maka Nilai Perusahaan nilainya adalah 6,282.
- Koefisien Regresi *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai sebesar -27,349 artinya jika *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,094	1,485		8,254	,000
1 Corporate Social Responsibility	40,017	16,177	,330	2,474	,017

a. Dependent Variable: Volume Perdagangan
 (Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa:

- Konstanta (a), apabila semua variabel independen mengalami perubahan, maka Volume Perdagangan bernilai positif.
- Corporate Social Responsibility* memiliki nilai 40,017 artinya setiap terjadi peningkatan pada *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan Volume Perdagangan.

Uji Hipotesis

Uji F

Persamaan 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	60,494	1	60,494	4,932	,031 ^b
Residual	613,289	50	12,266		
Total	673,783	51			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
 b. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*
 (Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Berdasarkan output diatas diperoleh bahwa nilai Sig. sebesar $0,031 < 0,05$, maka sesuai dasar pengambilan keputusan variabel *Corporate Social Responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	129,511	1	129,511	6,119	,017 ^b
Residual	1058,312	50	21,166		
Total	1187,823	51			

a. Dependent Variable: Volume Perdagangan
 b. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*
 (Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Persamaan 2

Berdasarkan output diatas diperoleh bahwa nilai Sig. sebesar $0,017 < 0,05$, maka sesuai dasar pengambilan keputusan variabel *Corporate Social Responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap Volume Perdagangan.

**Uji Koefisien Determinasi
 Persamaan 1**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,300 ^a	,090	,072	3,50225

a. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*
 (Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,330 ^a	,109	,091	4,60068

a. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*
 (Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,072 yang mendekati nol berarti variabel *Corporate Social Responsibility* memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel Nilai Perusahaan (Y1) sangat terbatas.

Persamaan 2

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,091 yang mendekati satu berarti variabel *Corporate Social Responsibility* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel Volume Perdagangan (Y2).

**Uji t
 Persamaan 1**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,282	1,115		5,632	,000
1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	-27,349	12,315	-,300	-2,221	,031

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
 (Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diperoleh bahwa nilai Sig. sebesar sebesar 0,031 < 0,05, maka sesuai dasar pengambilan keputusan maka *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang mengartikan bahwa tingkat variabel independen *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan kepada tingkat variabel dependen Nilai Perusahaan.

Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,094	1,465		8,254	,000
1 Corporate Social Responsibility	40,017	16,177	,330	2,474	,017

a. Dependent Variable: Volume Perdagangan
(Sumber: Data diolah SPSS 20, 2021)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diperoleh bahwa nilai Sig. sebesar $0,017 < 0,05$, maka sesuai dasar pengambilan keputusan maka *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Volume Perdagangan, yang berarti bahwa tingkat variabel independen *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan terhadap variabel dependen Volume Perdagangan.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan untuk hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara simultan variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y1)
2. Secara simultan variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel Volume Perdagangan (Y2)
3. Secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh negatif terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y1)
4. Secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel Volume Perdagangan (Y2)

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur, namun demikian, penelitian ini masih ada beberapa keterbatasan antara lain:

1. Variabel-variabel yang bisa digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan ada banyak, namun dalam penelitian ini hanya satu variabel yang digunakan yaitu, variabel independen: *Corporate Social Responsibility*; serta dua variabel dependen, yaitu nilai perusahaan dan volume perdagangan
2. Sampel yang digunakan hanya perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan simpulan yang telah diambil oleh peneliti, saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk menanggapi keterbatasan adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang terkait, menambahkan atau memperpanjang rentang periode waktu penelitian sehingga faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan lebih diketahui.

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan sampel perusahaan yang berbeda dan bukan hanya dalam sub sektor namun melibatkan jenis sektor perusahaan keseluruhan agar hasil data yang diolah dapat lebih spesifik.

Daftar Pustaka

- Almilia, L. S & Retrinasari, I. 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ. Proceeding Seminar Nasional
- Agustina, Silviana, 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Bandi Dan Hartono Jogiyanto. 1999. Perilaku Reaksi Harga Dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Pengumuman Dividen . Simposium Nasional Akuntansi II Unibraw
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godfrey, Jayne et al. 2010. Accounting Theory Seventh Edition. John Wiley Sons Australia Ltd.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hakim, Abdurrahman. 2019. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Disclosure Terhadap Volume Perdagangan Saham Studi Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
- Herawaty, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable Dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan
<https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-bahasa-indonesia-translations/>
- Husnan, Saud dan Pudjiastuti, Enny, 2006. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Jensen, Michael C, dan W.H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. Journal of Financial Economics 3. hal. 305-360.
- Nasution, Latif, Zubaidah, dkk. 2015. Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Frekuensi Perdagangan Saham, Volatilitas Harga Saham, dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Riset Mahasiswa, Volume XX; 20
- Nugrahanti, Widi, Yeterina, dan Astuti, Christina, Widhi. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reaksi Pasar. Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan. Volume IV; 90-105.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen.
- Pohan, Hotman Tohir, Noor, Ice Nasyirah dan Bhakti, Fatrya Yudha. 2019. Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Trisakti
- Rahmawati. 2012. Teori Akuntansi Keuangan. Yogyakarta : Graha Ilmu,
- Ratna C. Sari dan Zuhrohtun. 2006. “Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan Saham”: Uji Liquidation Option Hypothesis. Dipresentasikan di SMA. 9 Padang.
- Rossje. 2006. Akuntansi Lingkungan, Suatu Perspektif. Weblog
- Saedah, Z. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Csr* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013)’.

- Sayekti, Y. dan L. S. Wondabio. 2007. "Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap Earning Response Coefficient". Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar, 26-28 Juli.
- 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.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
- Sudana, I. M. (ed.) 2015. Manajemen Keuangan Perusahaan : Teori dan Praktik (Edisi 2). Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Wahyudi, Isa. Dan Azheri Busyra. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Malang: Setara Press Referensi Website
- Wiyani, W. & A. Wijayanto. 2005. Pengaruh Nilai Tukar Rupiah, Tingkat Suku Bunga Deposito, dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Harga Saham. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 9(3): 884-903.
- Yusuf, Muhammad Yasir. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility*. Depok: Kencana.
- .

*) **Larangga Wildan Tanzul Fikri** adalah alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

***) **Junaidi** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang

****) **Hariri** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang