

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
*DISCLOSURE* DAN STRATEGI PERUSAHAAN TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI  
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa  
Efek Indonesia tahun 2017)**

Hasna Syarifa

Email : [hasna.syarifa@yahoo.co.m](mailto:hasna.syarifa@yahoo.co.m)

Program Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dosen Pembimbing

**Dr. Harjanti Widiastuti, S.E., M.Si., Ak., CA**

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze and provide empirical evidence of the influence of the effect of Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Strategy on Corporate Values with Profitability As a Moderating Variable. This study uses secondary data financial statements of manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2017.*

*This study uses a stratified random sampling method, obtained from 19 sub-sectors of manufacturing companies listed on the Stock Exchange with each selected 5 companies represented by 2 companies. This analysis method uses multiple regression and moderation models using SPSS 20 and eviews. The results of this study indicate that the Corporate Social Responsibility Disclosure does not affect the value of the company. The diversification strategy also has no effect on the value of the company. The Corporate Social Responsibility Disclosure of company value is moderated with profitability, the results have no effect.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR), Diversification Strategy, Profitability, Firm Value*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tujuan perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran para pemegang saham juga akan semakin meningkat, sehingga pemegang saham akan menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut, yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Untuk perusahaan yang sifatnya *private* atau belum *go public*, nilai perusahaan ditetapkan oleh lembaga penilai atau *apprisial company* (Suharli, 2006 dalam Analisa, 2011).

Untuk perusahaan yang menuju *go public* nilai perusahaan bisa dilihat dari jumlah variabel yang ada pada perusahaan tersebut. Contohnya aset yang dimiliki perusahaan dan keahlian manajemen dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan umumnya selalu memperlihatkan perusahaannya kepada calon investor bahwa perusahaannya tersebut merupakan perusahaan yang tepat dipilih untuk melakukan investasi. Jadi perusahaan harus bisa menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang baik, agar perusahaan tersebut tidak diindikasikan memiliki nilai diatas ataupun dibawah yang sebenarnya. Untuk perusahaan yang sudah *go public*, bisa ditentukan oleh mekanisme penawaran dan permintaan di bursa, yang terdapat dari *listing price* (Karnadi, 1993 dalam Analisa, 2011).

## **1.2 Tinjauan Pustaka dan Penurunan Hipotesis**

### **1.2.1 Teori Stakeholder**

*Stakeholder* merupakan masyarakat, kelompok, karyawan, dan seluruh pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pertimbangan yang paling penting bagi perusahaan dalam mengungkapkan informasinya terdapat dalam kelompok tersebut. Dalam teori stakeholder, perusahaan yaitu entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat untuk para *stakeholder*-nya (Waryanti, 2009).

### **1.2.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Agar dapat diterima oleh masyarakat, aktivitas sosial perusahaan harus diungkapkan oleh perusahaan sehingga kelangsungan hidup perusahaan kedepannya dapat terjamin. Teori legitimasi menyatakan jika perusahaan harus mengungkapkan serta melaksanakan praktik CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2008 dalam Rosiana, Juliarsa, dan Sari, 2013).

### **1.2.3 Teori *Resource Based View* (RBV)**

Teori *Resource Based View* merupakan teori yang membahas tentang sumber daya serta kemampuan internal perusahaan dan hubungannya dengan pengambilan keputusan strategis. Selain itu, RBV menjelaskan tentang bagaimana sumber daya perusahaan mempengaruhi hasil dan proses yang kompetitif secara eksternal. Asumsi RBV yaitu perusahaan bersaing berdasarkan sumberdaya dan kemampuan masing-masing. Perbedaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dengan perusahaan pesaing akan memberikan keuntungan kompetitif (Peteraf. 1993 dalam Maswig, 2008).

### **1.2.4 Teori *Market View***

Pandangan kekuatan pasar melihat diversifikasi sebagai alat untuk menumbuhkan pengaruh anti kompetisi yang bersumber pada kekuatan konglomerasi, di dalam pendekatan ini diversifikasi akan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Montgomery, 1994).

### **1.2.5 *Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan***

CSR itu sendiri merupakan suatu program yang dilakukan oleh perusahaan untuk membantu menjalankan kegiatan bisnisnya baik untuk memperoleh keuntungan untuk perusahaan itu sendiri maupun para *stakeholder*, selain itu penerapan CSR dalam perusahaan juga sangat menguntungkan masyarakat karena merupakan bentuk

kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar atas program-program maupun bantuan dari perusahaan. Pengungkapan CSR diungkapkan dalam laporan yang disebut dengan *sustainability reporting*.

Apabila CSR suatu perusahaan positif maka akan menjadi mahal sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

**H1** : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### **1.2.6 Pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan**

Strategi diversifikasi ini bisa menjadi keunggulan dan juga kelemahan bagi perusahaan. Dikatakan dapat menjadi keunggulan bagi suatu perusahaan yaitu dalam hal portofolio risiko yaitu dapat meminimalkan risiko, jadi jika usahanya banyak tidak hanya satu kalau salah satu usahanya tidak laku maka usaha yang lainnya masih bisa laku, tetapi kelemahannya akan tidak *expert* maksudnya yaitu jika suatu

perusahaan yang memiliki banyak produk maka keahliannya akan terbagi ke dalam beberapa produk sehingga akan menjadi tidak efisien. Strategi diversifikasi ini dikatakan dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena jika suatu perusahaan menambahkan beberapa jenis usaha ataupun produk dalam perusahaannya maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan dalam perusahaan tersebut yang tidak hanya itu-itu saja. Jadi pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut tidak hanya berasal dari satu produk saja dan dapat dari beberapa produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut sehingga nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

**H2** : Diversifikasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### **1.2.7 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi**

Perusahaan mengungkapkan CSR yaitu dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Jika CSR suatu perusahaan bagus maka CSR tersebut harus diungkapkan sehingga akan menjadikan sinyal bagi perusahaan tersebut dan nilai perusahaan akan naik. Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan laba bersih. Apabila tingkat profitabilitas suatu perusahaan semakin besar akan menunjukkan jika perusahaan tersebut mampu untuk mendapatkan laba yang semakin besar pula, sehingga aktivitas tanggung jawab sosial mampu ditingkatkan oleh perusahaan, dan juga perusahaan mampu untuk melakukan pengungkapan CSR

dalam laporan tahunan secara luas. Profitabilitas merupakan pertimbangan yang penting untuk para investor untuk mengambil keputusan investasi. Jika CSR perusahaan tinggi dan profitabilitas tinggi maka diharapkan nilai perusahaan juga akan tinggi.

**H3** : Profitabilitas memoderasi pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Objek Penelitian**

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 alasannya yaitu karena perusahaan manufaktur ini memiliki aktivitas-aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan-lingkungan.

### **2.2 Jenis Data**

Penelitian menggunakan jenis data kuantitatif serta sumber data sekunder yang didapat dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2017.

### **2.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel diambil menggunakan metode *stratified random sampling*, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memilih populasi yang akan dijadikan sampel yang langsung dilakukan pada unit *sampling*. Teknik *random sampling* memungkinkan setiap unit *sampling* sebagai unsur populasi untuk memperoleh peluang yang sama menjadi sampel.

Populasi dalam penelitian ini terdapat 19 subsektor industri dengan jumlah 150 perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017. Teknik yang digunakan yaitu dengan cara mengambil sampel tiap 5 perusahaan diwakili oleh 2 perusahaan begitu juga dengan kelipatannya. Dengan demikian jumlah perusahaan yang didapatkan yaitu ada 64 perusahaan.

#### **2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Populasi dalam penelitian ini terdapat 19 subsektor industri pada tahun 2017.

Berikut kriteria berdasarkan penelitian :

1. Menuliskan nomor urut untuk masing-masing sektor industri pada kertas kecil, kemudian menggulungnya dan memasukkannya kedalam gelas kecil dengan tutup yang diberi lubang kecil.
2. Mengocok gelas yang berisi undian dan mengeluarkan satu persatu gulungan kertas. Kemudian setiap nomor yang keluar dicatat dan dijadikan sampel penelitian. Hal yang sama dilakukan untuk masing-masing subsektor industri.

#### **2.5 Uji Hipotesis & Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode *least squares* dengan program *eviews*.

Pengujian Hipotesis 1 dan 2

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR D + \beta_2 HHI + e$$

Pengujian Hipotesis 3

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR D + \beta_2 ROA + \beta_3 CSR D \cdot ROA + e$$

Keterangan :

NP = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

CSR D = *Corporate Social Responsibility Disclosure*



HHI = Strategi Diversifikasi  
ROA = Profitabilitas

### 3. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### 3.1 Prosedur Pemilihan Sampel

Deskripsi data penelitian berfungsi untuk mendeskripsikan data CSR, *corporate strategy*, nilai perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel moderasi dengan metode *random sampling* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017. Pada penelitian ini, digunakan 64 laporan keuangan dengan menggunakan metode *random sampling* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017.

**Tabel 4. 1**  
**Proses Pemilihan Sampel**

<b>Sub Sektor</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>	<b>Jumlah Sampel</b>
Semen	6	2
Keramik	7	2
Logam	16	6
Kimia	11	4
Plastik	10	4
Pakan	4	2
Kayu	2	2
Pulp	9	4
Mesin	3	2
Otomotif	13	6
Tekstil	18	8
Alas Kaki	2	1
Kabel	6	2
Elektro	1	1
Makanan dan Minuman	18	8
Rokok	4	2
Farmasi	10	4
Kosmetik	6	2
Peralatan Rumah Tangga	4	2
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>64</b>

### 3.2 Hasil Uji Deskriptif

**Tabel 4.2**  
**Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

C	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSRIj	64	,08	,77	,3861	,21094
HHI	64	,15	,99	,6403	,273757
ROA	64	,002	5,61	,2557	,79688
Q	64	0,13	42,70	3,3799	7,54149
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Berdasarkan data statistik deskriptif di atas, variabel *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017 memiliki nilai rata – rata sebesar sebesar 38,61%. Nilai maksimum 77% pada perusahaan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (JAPFA). Nilai minimum sebesar 8% yaitu terdapat 3 perusahaan pada perusahaan PT Darya-Varica Laboratorium Tbk. (DVLA), Akasha Wira International Tbk Tbk (ADES), dan PT Jembo Cable Company Tbk. (JECC) .

Nilai statistik variabel *corporate strategy* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017 memiliki nilai rata – rata sebesar 0,3861. Nilai maksimum 0,99, pada perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Nilai minimum sebesar 0,15, pada perusahaan PT Indal Alumunium Industry Tbk. (INAI).

Nilai statistik variabel profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017 memiliki nilai rata – rata sebesar 25,57%. Nilai maksimum 561%, pada perusahaan HM Sampoerna Tbk (HMSP). Nilai minimum sebesar 0,29% pada perusahaan PT Nusantara Inti Corporate Tbk. (UNIT).

Nilai statistik variabel nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017 memiliki nilai rata – rata sebesar 337,99%. Nilai maksimum 427% pada perusahaan PT Berlina (BRNA). Nilai minimum sebesar 13% pada perusahaan PT Sariguna Primatirta Tbk. (CLEO).

### 3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 3.3.1 Uji Normalitas

**Tabel 4. 3**  
**Uji Normalitas**

<b>Model</b>	<b>N</b>	<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>	<b>kesimpulan</b>
Model 1	64	0,000	Tidak terdistribusi normal
Model 2	64	0,000	Tidak terdistribusi normal

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Pada Tabel 4.3. menunjukkan hasil bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,000 < \alpha (0,05)$ . Kesimpulannya, data pada penelitian ini tidak berdistribusi normal.

### 3.3.2 Uji Multikolinieritas

**Tabel 4. 4**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Model 1	CSR Disclosure	0,974	1,027	Tidak terjadi multikolinieritas
	HHI	0,974	1,027	Tidak terjadi multikolinieritas
Model 2	CSR Disclosure	0,807	1,236	Tidak terjadi multikolinieritas
	ROA	0,005	185,853	Terjadi multikolinieritas
	CSR Disclosure x ROA	0,005	188,841	Terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Dari data output data didapatkan bahwa nilai semua uji model 1 VIF < 10 ini berarti tidak terjadi multikolinieritas dan semua uji model 2 VIF > 10 ini berarti terjadi multikolinieritas. Karena penelitian ini terjadi multikolinieritas maka data di regresi menggunakan aplikasi *eviews* dan menggunakan uji *hac newey-west test*.

### 3.3.3 Uji Autokorelasi

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	D-W	Du	4-Du	Keterangan
Model 1	1,528	1,6601	2,339	Terjadi autokorelasi
Model 2	1,503	1,6946	2,3054	Terjadi autokorelasi

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Pada tabel model 1 menunjukkan nilai D-W sebesar 1,528 dan nilai dU sebesar 1,6601 maka dapat disimpulkan uji autokorelasi berada pada daerah  $1,6601 > 1,528 < 2,339$ . Sedangkan pada tabel model 2 menunjukkan nilai D-W sebesar 1,503 dan nilai dU sebesar 1,6946 maka dapat disimpulkan uji autokorelasi berada pada daerah  $1,6946 > 1,503 < 2,3054$ . Karena terdapat autokorelasi pada data penelitian ini, maka data di regresi menggunakan aplikasi *eviews* dan menggunakan uji *hac newey-west test*.

### 3.3.4 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4. 6**  
**Uji Heteroskedastisitas**

<b>Model 1</b>		
<b>Variabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Kesimpulan</b>
CSR Disclosure	0,002	homoskedastisitas
HHI	0,003	homoskedastisitas
<b>Model 2</b>		
CSR Disclosure	0,599	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
ROA	0,772	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
CSR Disclosure x ROA	0,216	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas pada model 1 dikatakan semua variabel pada model 1 tersebut memiliki nilai sig  $< 0,05$ , yang berarti terdapat heteroskedastisitas sehingga nantinya data di regresi menggunakan aplikasi *eviews* dan menggunakan uji *hac newey-west test*. Sedangkan pada model 2 memiliki nilai sig  $> 0,05$  yang artinya dari ketiga variabel tersebut bebas dari heteroskedastisitas.

### 3.4 Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 4. 7**  
**Hasil uji hipotesis**

Model	Variabel	B	T	Prob	Keterangan
Model 1	(Constant)	-5.508725	-1.558852	0.1242	Tidak terdukung
	CSR <i>Disclosure</i>	9.835799	1.563795	0.1230	Tidak terdukung
	Herfindahl	7.951368	2.251452	0.0280	Tidak terdukung
R Square : 0.133115 Adjusted R Square : 0.104692					
Model 2	(constant)	0.856785	0.388535	0.6990	
	CSR <i>Disclosure</i>	1.918463	0.383045	0.7030	Tidak terdukung
	Profitabilitas	9.199749	0.464761	0.6438	Tidak terdukung
	CSR <i>Disclosure x</i> profitabilitas	-4.005088	-0.135801	0.8924	Tidak terdukung
R Square : 0.499629 Adjusted R Square : 0.474611					

Sumber: Data Sekunder Diolah (2018)

Model 1 :  $-5.508725C+9.835799CSR+7.951368HHI$

Model 2 :  $0.856785C+1.918463CSR+9.199749ROA-4.005088CSR \cdot ROA$

### 3.5 Pembahasan

#### 3.5.1 *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian pada hipotesis pertama menunjukkan Nilai koefisien regresi 9.835799 dengan arah dengan arah positif dan nilai sig sebesar 0.1230 lebih besar dari 0,05 artinya variabel *Corporate Social Responsibility disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menolak hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori stakeholder hal ini disebabkan karena masih sedikitnya pengungkapan atas item-item dari indikator yang bersangkutan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Kusumadilaga (2010), tetapi sejalan dengan penelitian tetapi sejalan dengan penelitian Stacia dan Juniarti (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya pengungkapan atas item-item dari indikator yang bersangkutan.

### **3.5.2 Strategi Diversifikasi Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian pada hipotesis kedua menguji pengaruh strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan dengan kriteria jika semakin tinggi herfindahl indeks artinya perusahaan akan semakin terkonsentrasi semakin meningkatkan nilai perusahaan. Jadi kriteria penerimaan hipotesis didukung jika arahnya negatif, karena HHI merupakan pengukuran terbalik dari diversifikasi, semakin tinggi HHI maka perusahaan akan semakin terkonsentrasi. Nilai koefisien regresi 7,951368 dengan arah

positif dan nilai sig sebesar 0,0280 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel strategi diversifikasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis 2 yang menyatakan bahwa strategi diversifikasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Konsep diversifikasi yang dilakukan mayoritas perusahaan belum memberikan hasil yang optimal terhadap kinerja untuk meningkatkan nilai perusahaan dan perusahaan yang menggunakan strategi diversifikasi tidak *expert*.

Hipotesis ini tidak sejalan dengan penelitian Dewi, Wiagustini, dan Sedana (2017) yang menyatakan strategi diversifikasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi sejalan dengan penelitian Lestari (2015) yang menyatakan strategi diversifikasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena konsep diversifikasi yang dilakukan mayoritas perusahaan belum memberikan hasil yang optimal terhadap kinerja untuk meningkatkan nilai perusahaan.

### **3.5.3 *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi**

Hasil pengujian pada hipotesis ketiga menunjukkan tidak ada pengaruh antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Hal ini disebabkan karena banyak perusahaan manufaktur yang tergolong perusahaan yang ekonomis/ pelit. Jadi perusahaan memiliki keuntungan tinggi tapi anggaran CSR-nya rendah, sehingga sebesar apapun tingkat



profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

#### **4. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

##### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017.
2. Strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017.
3. *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017

##### **4.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya menambah variabel penelitian yang dilakukan dengan variable dependen nilai perusahaan

2. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan pengukur lain untuk mengukur strategi diversifikasi. Untuk penelitian berikutnya alangkah baiknya untuk menggunakan data dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Bagi peneliti berikutnya disarankan untuk menambah periode waktu pengamatan sehingga obyek pengamatan atau sampel penelitian lebih luas dan banyak.

#### **4.3 Keterbatasan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa keterbatasan sebagai berikut.

1. Sampel diperoleh dengan *stratified random sampel* dengan keterwakilan tiap 5 perusahaan diwakili oleh 2 perusahaan pada tahun 2017 sehingga jumlah sampel relatif terbatas.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk menambah sampel dan juga variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Analisa Yangs. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Eprints* UNDIP. FE Universitas Diponegoro. Semarang.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Baker, Richard et.al., 2010. Akuntansi Keuangan Lanjutan Buku 1. Jakarta : Salemba empat.
- Dewi, Wiagustini, dan Sedana. 2017. Peran Profitabilitas Memediasi Pengaruh Diversifikasi Terhadap Return Saham. *E-journal*. Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. No.1 halaman 167-196.
- Ghozali, Imam, 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawaty, V. 2008. Peran Praktek *Corporate Governance* sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh *Earning Management* terhadap Nilai Perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- JusrianiI dan Rahardjo. 2013. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap

Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Kuncoro, Mudrajaf. 2006. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kurniasari, Sulisty Esti. 2014. Pengaruh Diversifikasi Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Kepemilikan Manajerial. *Jurnal Akuntansi*. FEB Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.

Kusumadilaga. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. FE Universitas Diponegoro, Semarang.

Lestari, A., 2015. Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Nilai Perusahaan LQ 45 Pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. No. 2 halaman 166-174.

Lukman. 2014. Pengaruh Strategi Diversifikasi Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan pada Badan Usaha Milik Negara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama.

Maswig. 2008. Penelitian Pelengkap: Model *Resource-Based View* (RBV). Diakses tanggal 03 Juli 2018 pk 07.30 WIB.

Montgomery. 1994. *Corporate diversification*. *Journal of economic perspective*. Vol. 8 halaman 162-164.

Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XI* Pontianak.

- Permanasari. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, *Eprints UNDIP*. FE Universitas Diponegor. Semarang.
- Rosiana, Juliarsa, dan Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Universitas Udayana. Bali.
- Sawir, Agnes. 2005. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sembiring, E. 2005. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Simposioun Nasional Akuntansi*. No.8 halaman 381.
- Stacia dan Juniarti. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra*. No. 2 halaman 81-90.
- Susilawati, Christine Dwi Karya. 2012. Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan LQ 45, *Jurnal Akuntansi*, no. 2 Tahun IV, halaman 165-174.
- Vidyananta. 2016. Pengaruh Diversifikasi dan *Financial Leverage* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Vol. 32, No. 1.
- Waryanti. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi SI Akuntansi UNDIP*.
- Wijaya dan Sedana, 2015, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel

Mediasi). *E-Jurnal Manajemen UNUD*, FEB Universitas Udayana, no.12 Tahun IV.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)