

# PENGARUH PROFITABILITAS DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Primer yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 – 2021

Hanif Patria Prabantama, Mutiara Tresna Parasetya<sup>1</sup>

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

## ABSTRACT

*Increasing Company Value is one of the most important things for a company because it is a measure of the company's success in the eyes of stakeholders. The increase in the value of the company is influenced by many things, considering that the disclosure of company information varies greatly, so it needs to be studied more deeply regarding its effects and characteristics. This study aims to analyze the effect of corporate governance and profitability on firm value through the disclosure of corporate social responsibility.*

*The independent variables in this study are Profitability and Corporate Governance. The dependent variable in this study is firm value, while the intervening variable is CSR disclosure. In accordance with Signaling and Stakeholder Theory, Corporate Governance and Profitability and CSR disclosure have a positive influence on Company Value. The population in this study is the Primary Consumer Goods Sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019 – 2021. The method used in sampling in this study is the Purposive Sampling method using predetermined criteria so as to produce 62 samples of consumer goods companies.*

*The results of statistical tests in this study indicate that Corporate Social Responsibility Disclosure has an effect on firm value and profitability has an effect on firm value. However, Corporate Governance has no effect on Corporate Social Responsibility Disclosures, Profitability has no effect on Corporate Social Responsibility Disclosures, Corporate Governance has no effect on Company Value, , Corporate Governance has no effect on Company Value through Corporate Social Responsibility Disclosures, and Profitability does not influence on Company Value through Corporate Social Responsibility Disclosure*

*Keywords: Disclosure of Corporate Social Responsibility, Company Value, Corporate Governance, and Profitability*

## PENDAHULUAN

Seluruh industri perusahaan yang ada di Indonesia harus dapat dengan cepat mengenali serta merespon perubahan baik itu perubahan pada pelanggan, lingkungan perusahaan, ataupun perubahan pada pemangku kepentingan perusahaan. Apabila perusahaan tidak dapat mengikuti arus perubahan di era disruptif ini, maka dapat membahayakan lingkungan bisnis perusahaan beroperasi. Dalam berinvestasi, investor juga pasti memiliki berbagai macam pertimbangan yang rasional sehingga perusahaan harus dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh banyak pemangku kepentingan termasuk oleh investor baik itu informasi yang memiliki sifat esensial maupun bersifat teknis (Sakti, 2010). Lewat informasi yang lengkap, investor akan berinvestasi dan berharap mendapatkan keuntungan maksimal maupun dapat menghindari kerugian yang tidak

---

<sup>1</sup> Corresponding author

---

diperlukan untuk ditanggung. Informasi yang bersifat fundamental seperti berbagai informasi terkait pergerakan saham di pasar selama pandemi sedangkan informasi yang bersifat teknikal terkait penanganan dan upaya menstabilkan kondisi saham di masa pandemi sehingga nilai perusahaan dapat terjaga dari tahun ke tahun.

Memaksimalkan nilai perusahaan yang sekarang, berarti perusahaan juga sudah memaksimalkan nilai yang akan datang yakni keuntungan yang diterima oleh investor di masa mendatang sehingga prospek tersebut bernilai jangka panjang. Perusahaan yang terdaftar atau telah *go public* lebih cenderung memiliki tujuan untuk terus meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian *stakeholder*. Investor tentu saja dapat menggunakan penilaian nilai dari sebuah perusahaan sebagai dasar keputusan untuk meninjau kinerja perusahaan, dengan tujuan untuk menentukan kinerja perusahaan agar investor dan investor masa depan memiliki perspektif positif terhadap perusahaan, dan sebaliknya. Nilai perusahaan menjadi matriks yang digunakan dengan tujuan menganalisis kemakmuran pemegang saham yang telah menjadi kebutuhan kontinu perseroan. Nilai suatu perusahaan ditunjukkan oleh *stock price* karena perubahan harga sahamnya mencerminkan penilaian investor terhadap perusahaan tersebut. Menurut Samuel (2000), nilai perusahaan merupakan salah satu hal yang penting karena menjadi indikator yang tentunya digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dengan lengkap. Akibatnya, untuk menarik minat pemegang saham dan mempertahankan kepercayaan mereka, perusahaan harus menyusun rencana strategi yang mengoptimalkan EV atau nilai perusahaannya. Oleh karena itu, perusahaan wajib mempertimbangkan berbagai aspek di sekitar perusahaan dalam setiap keputusan yang diambil termasuk dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan.

Banyak sekali macam-macam industri yang ada di Indonesia, namun pada penelitian ini digunakanlah industri barang konsumsi primer yang jadi salah satu pilihannya. Perusahaan ini memproduksi dan mendistribusikan produk dan jasa kepada pelanggan, tetapi komoditas ini bersifat fundamental sehingga guncangan perkembangan ekonomi seharusnya tidak mempengaruhi permintaan barang dan jasa di sektor ini. Ritel, FnB, farmasi, pengemasan, pertanian, tembakau, dan perusahaan lain adalah bagian dari bisnis ini.

Sejalan dengan ini, salah satu tren yang disoroti dalam perusahaan yang signifikan adalah pertumbuhan tanggungjawab sosial. CSR adalah keputusan perusahaan dalam bertanggungjawab menjalankan bisnisnya sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan dan tujuannya adalah untuk menghasilkan keuntungan sebesar mungkin namun tetap mematuhi aturan dasar di masyarakat (Friedman, 1970). CSR harus bisa memaksimalkan nilai suatu perusahaan, jika tidak, maka hal tersebut akan membawa ke pemborosan sumber daya perusahaan sehingga nilai perusahaan akan menurun (Barnea & Rubin, 2010). Perusahaan wajib melaksanakan tanggungjawabnya sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketika pengungkapan CSR mengikuti tujuan dan menghasilkan hasilnya dengan baik, perusahaan akan tumbuh secara signifikan. Citra dan reputasi perusahaan dapat memperoleh manfaat dari tata kelola CSR yang baik. Pengelolaan CSR yang tidak tepat terjadi sebagai akibat dari tindakan perusahaan yang tidak bertanggungjawab, ditambah dengan tingginya keinginan masyarakat untuk CSR. Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 menjadi suatu regulasi untuk memastikan bahwa selama perusahaan beroperasi, perusahaan wajib memperhatikan dan melestarikan lingkungan, serta tidak mengeksploitasi sumber daya alam.

Kondisi ini memungkinkan untuk CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berkembang pesat. Ada banyak faktor yang memengaruhi implementasi CSR di perusahaan. Menurut Hutapea (2013), Tata Kelola Perusahaan adalah suatu sistematisasi pengawasan yang memiliki tujuan yakni mencapai sebuah kinerja efektif dan maksimal perusahaan dengan melibatkan dan tidak merugikan pemangku kepentingan didalamnya. Apabila Tata Kelola bisa diterapkan oleh perusahaan dengan baik, tentunya akan menciptakan suasana yang akuntabel dan kondusif di antara direksi, pemegang saham, dan komisaris. Perusahaan harus dapat menerapkan tata kelolanya karena pasti akan memengaruhi pengambilan emiten suatu saat nantinya.

Meskipun berbagai upaya telah dilakukan untuk mempromosikan dan memperkuat tata kelola perusahaan di Indonesia, temuan evaluasi oleh organisasi internasional bahwa sebuah Lembaga pada umumnya adalah informasinya harus dapat diakses secara lengkap dan tepat oleh publik. Penyempurnaan tata kelola Emiten dan Perusahaan publik dimaksudkan untuk memotivasi

perusahaan Indonesia lainnya untuk meningkatkan tata kelolanya sendiri. Perubahan tata kelola dimaksudkan untuk memperkuat kinerja Emiten dan Perusahaan pada khususnya, serta perusahaan Indonesia lainnya pada umumnya. (Otoritas Jasa Keuangan, 2014).

Elemen lain yang mempengaruhi pengadopsian CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan hasil final dari prosedur kebijakan dan pilihan manajemen tentang sumber dan penggunaan uang tunai untuk mengoperasikan perusahaan, laporan keuangan, dan neraca perusahaan. (Brigham and Houston, 2001). Profitabilitas adalah tujuan dari suatu perusahaan, tujuan itu tentunya menjadi perhatian utama bagi investor. Profitabilitas yang konsisten memungkinkan bisnis untuk bertahan hidup dengan menghasilkan pengembalian yang cukup dibandingkan dengan risikonya (Toto, 2008). Profitabilitas pada penelitian pendahulu memberi isyarat bahwa nilai perusahaan dapat diubah oleh profitabilitasnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi juga akan selalu diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan. Profitabilitas yang besar menyiratkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan profit yang besar dan dipandang sebagai indikasi yang menguntungkan bagi investor karena memungkinkan perusahaan untuk memiliki kemungkinan masa depan yang luar biasa karena dalam menganalisis hubungan tidak langsung, tentu saja dibutuhkan variabel intervening atau variabel yang melakukan mediasi antara variabel independen yaitu Profitabilitas dan tata kelola perusahaan, dan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Tata kelola perusahaan sangat terkait dengan penerapan CSR karena sebagian besar peraturan CSR ditentukan oleh manajemen bisnis

Penelitian kali ini memiliki harapan bahwa dapat menjawab segala macam problematika yang memengaruhi terkait Nilai Perusahaan di industri yang bergerak pada bidang konsumsi primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan secara lengkap bukti empiris dan mendukung teori mengenai pengaruh Tata Kelola dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR serta tentang pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan melewati variabel mediasi pengungkapan CSR.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

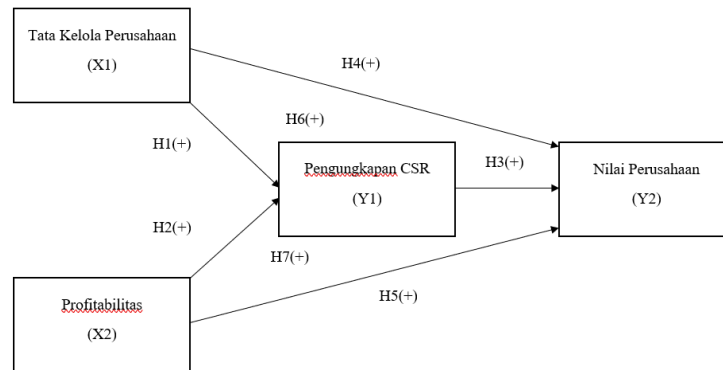
### **Teori Signaling**

Menurut teori sinyal, pemilik informasi menginginkan simbol, sinyal, atau informasi yang mewakili perusahaan dan berharga bagi penerima informasi. (Spencer, 1973). Sinyal yang diberikan adalah informasi yang menjelaskan informasi yang dianggap penting bagi pemangku kepentingan dan pelaku bisnis. Aktivitas sosial dan lingkungan terkait perusahaan menginformasikan kepada investor tentang kemungkinan pengembalian substansial di masa depan perusahaan. Perusahaan yang berkinerja baik dan sesuai dengan harapan pemangku kepentingan akan mengirimkan sinyal kepada mereka baik dalam bentuk sinyal manajemen bahwa perusahaan memiliki peluang kedepannya yang kuat dan menjamin pembangunan kehidupan perusahaan yang berkelanjutan. Teori ini memberikan tekanan pentingnya perusahaan dalam mengungkapkan informasi tersebut kepada pihak yang membutuhkan. Informasi ini akan menyajikan semua yang dibutuhkan dan terjadi di perusahaan baik itu di masa lalu, sekarang, maupun masa yang akan mendatang.

### **Teori Stakeholder**

Teori *Stakeholder* merupakan sebangkah proporsi yang memberi sinyal dan mengarahkan manajemen perusahaan bahwa mereka memiliki kewajiban kepada pemangku kepentingan (Freeman, 2015). Cara manajemen dapat saling berkomunikasi dengan pemegang kepentingan adalah dengan membuat laporan keuangan perusahaan. Perusahaan haruslah memberikan manfaat bagi *stakeholder* yang dimiliki (kreditur, konsumen, pemegang saham, pemerintah, dll) sehingga perusahaan bukan merupakan entitas yang hanya melayani kepentingan perusahaan itu sendiri. Sehingga demikian, dukungan dari keberadaan *Stakeholder* sangatlah mempengaruhi dari keberadaan sebuah perseoran yang sehat (Ghozali & Chariri, 2007).

Perusahaan tentunya punya banyak sekali kepentingan dan terlibat dalam transaksi dengan pemangku kepentingan seperti menjual produknya ke pelanggan, membeli bahan dari pemasok, membayar dividen ke pemegang saham, ataupun bernegosiasi kontrak kerja dengan pegawai. Namun di zaman yang disruptif ini perusahaan harus dapat beranjak dan siap menghadapi beberapa perubahan yang terjadi di pasar sehingga jika perusahaan tidak dapat menghadapi permasalahan tersebut dengan baik, maka perusahaan dapat menjadi sumber kepuasan dari pemangku kepentingan yang nyata. Memahami legitimasi pemangku kepentingan dan memiliki proses untuk secara rutin memunculkan kekhawatiran mereka merupakan prasyarat untuk transaksi yang berhasil dengan pemangku kepentingan (Freeman, 2015).



### Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Tujuan dasar dari Tata Kelola Perusahaan yang sangat baik (GCG) adalah untuk membawa nilai jangka panjang kepada seluruh pemangku kepentingan perseoran sekaligus memperhatikan kepentingan lainnya. (Destya Ramia Abriyani, Sudarso Kaderi Wiryono, 2012). Pada teori *stakeholder* dijelaskan bahwa untuk mencapai tujuannya, perusahaan harus selalu memberikan dan membina hubungan yang dibangun dengan berbagai pemangku kepentingan. Tata kelola perusahaan merupakan salah satu instrument demi terciptanya hubungan tersebut. Berdasarkan peraturan yang ada, tata kelola perusahaan harus melalui prosedur dan digunakan oleh entitas perusahaan untuk memberikan nilai yang bersifat jangka panjang bagi emiten serta bagi *shareholders* dengan tetap mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan lainnya. (Arief & Amir, 2019). Melihat dari sisi ekonomi, huku, struktur asset, dan sistem soail budaya, tata Kelola perusahaan akan selalu berbeda – beda baik di suatu negara ataupun di suatu perusahaan. Praktik ini telah menghasilkan beberapa versi Prinsip Tata Kelola Perusahaan, tetapi pada dasarnya mereka memiliki banyak kesamaan. Pada dasarnya, struktur pemerintahan yang ditentukan oleh undang-undang menjadi dasar hukum pembentukan badan tersebut. Struktur tata kelola perusahaan dapat mengambil bentuk banyak model yang berbeda. Struktur itu secara tegas memisahkan susunan direksi, khususnya antara anggota dewan komisaris yang bertugas sebagai pengawas atau *Supervisor* dan dewan direksi yang bertugas sebagai eksekutif pelaksana dari perseroan. (Purbawangsa et al., 2019)

### H1: Tata Kelola Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Profitabilitas dinilai sebagai hasil final dari suatu kebijakan dan pilihan manajemen perusahaan, termasuk kebijakan serta keputusan tentang sumber dan penggunaan modal untuk pelaksanaan transaksi perusahaan, yang didokumentasikan dalam neraca dan dilaporkan sebagai pos neraca. (Purbawangsa et al., 2019). Pada Teori *Stakeholder* pun dijelaskan bahwa dalam perusahaan manajer memiliki kewajiban untuk bertindak demi kebaikan pemegang saham dan diharapkan perusahaan akan memberikan sinyal yang baik dan bermanfaat bagi para investor melalui kinerja perusahaan yang membaik juga (Freeman, 2015). Semakin tinggi keuntungan sebuah perseroan, maka akan semakin mendesak juga perusahaan untuk mempublikasikan embaran

tanggungjawab sosial mereka (Kamaliah, 2020). Perusahaan yang terkait dengan kepedulian lingkungan dipandang lebih peduli dengan kinerja masa depan perusahaan. Karena itu, perusahaan yang memiliki profit tinggi pastinya berusaha meningkatkan tanggungjawab sosialnya demi mencoba meyakinkan investor bahwa perusahaannya itu bukan hanya memperhatikan keuntungan saja, tetapi juga memperhatikan tujuan kontinu yakni meningkatnya citra reputasi nilai perusahaan (Purbawangsa et al., 2019).

## **H2: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

CSR menjadi mekanisme di mana perseroan secara sukarela mempublikasikan aspek ekologi serta sosialnya. Informasi terkait pengungkapan CSR dan informasi lainnya tercantum dalam laporan perusahaan. Dalam teori *Signalling*, embaran yang diberikan oleh entitas bisnis adalah dapat menjadi sinyal baik maupun sinyal buruk kepada berbagai pihak sehingga mengindikasikan prospek kedepan perusahaan. Informasi tadi harus relevan dan akurat sehingga dapat digunakan dalam pertimbangan investasi. Apabila emiten melakukan berbagai aktivitas sosial dan bisa membawa hubungan baik dengan pemangku kepentingan, maka perusahaan akan mengalami peningkatan dan tujuan perusahaan akan tercapai (Orij, 2010). CSR sebagai ide bisnis tidak lagi merupakan tanggung jawab dari suatu hasil akhir namun sudah tercermin dalam kondisi keuangan perusahaan itu sendiri. Situasi keuangan perusahaan dalam jangka pendek tidak cukup untuk menjamin nilai pertumbuhan perusahaan yang kontinu. Jika sebuah industri ingin tumbuh secara berkelanjutan, maka nilai perusahaan adalah hal yang penting untuk menyeimbangkan antara kepentingan lingkungan, ekonomi, dan masyarakat. Kewajiban pengungkapan CSR diatur dalam UU No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Undang-undang No. 4 Tentang Perseroan Terbatas. Peraturan ini dalam pembentukannya lebih serasi, seimbang, dan memiliki hubungan yang selaras antara perusahaan, masyarakat, nilai, norma, dan budaya. Dengan mengungkapkan CSR, perusahaan dapat meningkatkan nilainya karena perusahaan mengomunikasikan dampak sosial dan lingkungannya itu sendiri. Perusahaan dengan kinerja CSR yang baik akan meningkatkan respon baik investor juga. Bahkan dalam penelitian sebelumnya, pengungkapan CSR berdampak juga pada nilai perusahaan (Purbawangsa et al., 2019)

## **H3: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan**

### **Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan menjadi salah satu tolak ukur yang digunakan investor untuk menilai kinerja suatu perusahaan, dan sangat terkait dengan harga saham. (Kamaliah, 2020). Ketika harga saham perusahaan tumbuh, nilai sebuah emiten juga dapat memberikan kekayaan maksimum kepada pemilik saham. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa emiten itu berharga. Untuk memajukan dan mempertahankan nilai perusahaan, manajemen harus fokus pada tantangan yang mempengaruhi perusahaan itu sendiri salah satunya adalah Tata Kelola Perusahaan. Dapat dikatakan bahwa Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik menjadi satu factor yang menjadi pertimbangan investor dan kreditor dalam menentukan pilihan investasi. (Suhartati et al., 2011). Salah satu isu tersebut adalah pengungkapan CSR. CSR adalah mekanisme yang digunakan organisasi untuk kegiatan lingkungan sosial perusahaan. Pada penelitian empiris sebelumnya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk *Corporate Governance*. (Destya Ramia Abriyani, Sudarso Kaderi Wiryono, 2012).

## **H4: Tata Kelola Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan**

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Informasi yang dikeluarkan sebuah emiten pastinya akan menjadi sebuah pengumuman dan akan menjadi pertanda bagi pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan (Mangesti Rahayu, 2019). Setelah dirilis informasi tersebut, investor akan menilai apakah itu menjadi *good news* atau *bad news*. Informasi ROA dinilai tergantung pada seberapa banyak keuntungan yang diperoleh dari aset yang dimanfaatkan sesuai dengan aplikasi dalam teori *Signaling*. *Return On Assets* merupakan indikator positif bagi investor karena menunjukkan keberhasilan finansial perseroan. Investor tentunya berkeinginan untuk mengumpulkan uang mereka dalam bentuk saham

atau surat berharga. Harga saham yang tinggi juga dapat meningkatkan kapasitas perusahaan tidak hanya dalam pertumbuhannya saat ini tetapi juga di pasar masa depan. Besarnya profitabilitas sebuah emiten memiliki dampak positif dan berarti terhadap nilainya. Nilai perusahaan pasti akan meningkat jika mencapai tingkat keuntungan yang cukup besar juga. Ketika sebuah bisnis mencapai tingkat keuntungan maksimal, investor dapat memprediksi jika perseoran memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi juga di masa depan dan menganggap perseoran memiliki peluang bisnis yang sangat baik. (Afifatul Azhar & Wijayanto, n.d.)

#### **H5: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Menerapkan tata kelola yang sangat baik menjadi salah satu teknik untuk mengurangi benturan kepentingan. Tata Kelola Perusahaan adalah kumpulan proses yang menyeimbangkan hak dan kewajiban pemangku kepentingan untuk menyelarkannya dengan tujuan bisnis. Penerapan *Corporate Governance* diyakini dapat bermanfaat dalam meningkatkan dan mengoptimalkan produksi nilai perusahaan. *Corporate Governance* disebut sebagai strategi serta kerangka kerja yang apik untuk mengatur perseoran dengan intensi untuk menghasilkan nilai bagi para pemegang saham dan memuaskan pemangku kepentingan yang beragam (Luo & Bhattacharya, 2006). *Corporate Governance* yang baik diperlukan untuk menyeimbangkan antara berbagai kepentingan yang akan menguntungkan organisasi secara keseluruhan. Seiring dengan fokus pada tata kelola perusahaan, para ahli dan praktisi menekankan pentingnya adanya transparansi informasi. Dalam sebuah organisasi, masalah informasi dan motivasi manajemen biasanya menghambat kemandirian tata kelola perusahaan. Menurut (Retnaningsih, 2015), salah satu pilar tata kelola adalah penerapan CSRD. Pada intinya, CSR menjadi kelanjutan dari upaya perseoran dalam mempromosikan GCG, menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang melalui praktik bisnis yang solid, dan menunjukkan tanggung jawab dan transparansi. Perusahaan dengan tatakelola perusahaan yang tokcer lebih mungkin untuk menghasilkan nilai untuk pemegang saham dengan meningkatkan *performance* perusahaan. Alasan ini juga berlaku untuk pengungkapan CSR perusahaan. Citra perusahaan di masyarakat dan di antara para pemangku kepentingannya akan meningkat pada tingkat yang terlibat dalam inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini, pada gilirannya, akan meningkatkan kontribusi sumber daya yang berdampak pada peningkatan operasional bisnis perusahaan. (Faley & Muslichah, 2020).

#### **H6: Tata Kelola Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Korporasi perseoran memiliki banyak tugas yang harus dipenuhi, termasuk kewajiban kepada pihak ketiga serta kewajiban kepada pemegang saham. Tingginya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat terbuka dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan transparansi dalam berita keuangan perusahaan, semakin menguntungkan dampaknya terhadap kinerja perseoran. Menurut Bowman & Haire (1976), semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin banyak informasi sosial yang dikumpulkannya. Ketika keuntungan organisasi meningkat, tanggungjawab sosial perusahaan juga otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan. Tindakan etis perusahaan terhadap lingkungan sekitar juga memiliki pengaruh yang menguntungkan bagi masyarakat. Akibatnya, pendapatan dan kinerja keuangan perusahaan secara bertahap akan meningkat. Sebagai konsekuensinya, jelas bahwa CSR memiliki kapasitas untuk mengurangi pengaruh laba terhadap nilai perusahaan. (Dahlia, 2008).

#### **H7: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

## METODE PENELITIAN

### Variable Penelitian

Penelitian ini memakai Nilai perusahaan (*Corporate Value*) sebagai variabel dependen. Nilai Perusahaan didefinisikan sebagai sebuah perhitungan tertentu yang diperlukan investor untuk membuat keputusan terkait dengan investasi dan harga saham merupakan salah satu indikatornya (Mustika, 2017). Alat ukur yang digunakan dalam mengukur variable dependen adalah PBV. PBV atau yang biasa disebut (*Price to Book Value*) merupakan komparasi antara nilai buku dan nilai harga pasar saham. Selain itu, terdapat 2 variabel independent dan 1 variabel intervening yang terdiri atas :

1. Tata Kelola Perusahaan (*Size of Committee Audit*)

Komponen tata kelola perusahaan akan diukur menggunakan jumlah dari komite audit dalam annual report perusahaan.

$$\text{Ukuran komite audit} = \sum \text{Komite Audit dalam Perusahaan}$$

2. Profitabilitas (ROA)

Komponen keuntungan atau profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) perusahaan.

$$\text{ROA (t-1)} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Komponen variable intervening ini akan diukur menggunakan skor indeks dengan menggunakan GRI G4 sebagai acuan indicator yang akan digunakan.

$$\text{CSR}_i = \frac{\text{Item Pengungkapan Indeks}}{\text{Jumlah Perusahaan}}$$

### Penentuan Sampel Penelitian

Populasi yang diteliti di penelitian ini adalah perusahaan industri produk konsumsi primer yang sudah tercatat (*go public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Digunakan juga uji t-1 pada salah satu variabel untuk menghindari terjadinya *time lack* pada penelitian. Pendekatan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Pemilihan sampel penelitian pada tahun 2019-2021 menunjukkan kondisi terkini pada kinerja yang dilakukan oleh perusahaan di masa sekarang. Metode *sampling* yang dimanfaatkan peneliti adalah menggunakan metode *purposive* dengan memperhatikan patokan yang digunakan dan diinginkan oleh peneliti. Patokan tersebut adalah :

1. Perusahaan industri sektor barang konsumsi primer yang terdaftar (*go public*) di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2021. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa perusahaan yang digunakan adalah sama yakni perusahaan yang sudah atau masih *go public* hingga waktu yang telah ditentukan.
2. Perusahaan industri sektor barang konsumsi primer yang mengungkapkan laporan tahunan (*annual report*) secara pada periode 2019-2021. Kriteria ini digunakan agar data yang diperlukan dalam pendekatan dokumentasi dapat diakses dan dikumpulkan.
3. Perusahaan industri sektor barang konsumsi primer yang memiliki data-data lengkap terkait variabel yang digunakan di penelitian ini. Kriteria ini digunakan untuk menghindari terjadinya pengukuran data yang berbeda antara data satu perusahaan dengan perusahaan lain sehingga data dapat dengan mudah dikumpulkan.

### Metode Analisis

Dalam penelitian ini, konstruk Tata Kelola Perusahaan dibentuk dengan indikator yaitu Ukuran Komite Audit, profitabilitas perusahaan dibentuk dengan indikator yaitu ROA, serta nilai perusahaan dibentuk dengan indikator yaitu PBV. Persamaan regresi adalah:

$$Y1 = \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + e_1$$
$$Y2 = \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 Y1 + e_2$$

Keterangan :

Y1	= Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
Y2	= Nilai Perusahaan
X1	= Tata Kelola Perusahaan
X2	= Profitabilitas
$\beta$	= Koefisien korelasi
e	= <i>error</i>

Untuk menguji pengaruh tidak langsung dalam pengukuran, digunakan *Path analysis* untuk menganalisis model yang lebih kompleks yang tidak dapat ditangani oleh regresi linier berganda, salah satunya melalui variabel intervening. Digunakanlah Uji Sobel yang diperlukan untuk menangkap pengaruh tidak langsung dari setiap variabel yang diteliti. Uji Sobel digunakan untuk mengukur intensitas dampak tidak langsung yang ditimbulkan oleh variabel mediasi antara variabel terikat dan variabel bebas. (Sobel, 1982).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi sampel penelitian

Berdasarkan kriteria yang sudah dijelaskan sebelumnya, diperoleh sebesar 186 dari total 291 populasi perusahaan yang akan dijelaskan Kembali menggunakan table di bawah ini :

Tabel 1  
Perolehan Sampel

Kriteria Sampel	Tidak memenuhi kriteria	Jumlah
1. Terdaftar di BEI pada tahun 2019 - 2021		291
2. Mengungkapkan laporan tahunan ( <i>annual report</i> ) pada periode 2019-2021	55	236
3. Memiliki data-data lengkap terkait variabel yang digunakan	26	210
4. Jumlah perusahaan industri sektor barang konsumsi primer yang dijadikan sampel penelitian		210
5. Tidak lulus uji <i>outlier</i>		
a. Data outlier tahun 2019	7	203
b. Data outlier tahun 2020	8	195
c. Data outlier tahun 2021	9	186
Jumlah		186

Sumber: Data Sekunder, diolah (2022)

### Deskripsi variabel

Dalam penelitian ini, dipakai tiga jenis variabel digunakan untuk menguji hipotesis: variabel dependen, variabel independen, dan variabel intervening. Dalam penelitian ini, profitabilitas dan TataKelola Perusahaan digunakan sebagai variabel independen. Pengungkapan CSR digunakan sebagai variabel intervensi, sedangkan nilai perusahaan digunakan sebagai variabel terikat.



Tabel 2  
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std Deviation
AuditCom_Size	186	2	4	3,010	1,466
ROA	186	-0,18	0,20	0,031	0,071
CSR	186	0,08	0,38	0,196	0,073
PBV	186	0,31	14,96	2,350	2,122
Valid N	186				

Sumber: Data Sekunder, diolah (2022)

Ketika sebuah perseroan bermaksud untuk meningkatkan profitabilitasnya, kegiatan operasionalnya juga pasti akan meningkat, demikian pula pengeluaran yang terkait dengan operasi ini. PBV (*Price to Book Value*) digunakan sebagai variabel alat ukur dalam penelitian ini. Pengukuran yang diperoleh dalam uji analisis statistik deskriptif dengan mengungkap terkait variabel terikat atau Nilai Perusahaan melalui pengukuran yaitu *Price to Book Value* (PBV) mampu menghasilkan mean senilai 2,350 atau sebanding dengan presentase yaitu 235%. Namun, dengan *Standard Deviation* 2,122 masih menunjukkan tren yang menjanjikan karena distribusi data lebih baik dan lebih mewakili populasi sebenarnya. Selanjutnya, nilai PBV rata-rata yang diberikan dapat dibaca sebagai indikasi bahwa keragaman dalam entitas luas dan memiliki ukuran sampel yang besar

Digunakan alat ukur jumlah komite audit pada pengukuran perusahaan karena jumlah dan keefektifan *audit committee* yang baik juga akan meningkatkan pengawasan sehingga dijelaskan bahwa kegiatan perusahaan akan lebih baik juga kedepannya. Pada uji analisis statistik deskriptif atas Tata Kelola Perusahaan (*SIZE OF COMMITTEE AUDIT*) sebagai bentuk variabel independen menghasilkan nilai mean sebesar 3,010 atau dalam secara presentase adalah 301% dengan standar deviasi sebesar 1,466 atau sebesar 146%. Nilai rata-rata itu sebesar 3,01 menunjukkan bahwa *SIZE OF COMMITTEE AUDIT* menjadi gaya variative yang kurang beragam serta menjadi penyebaran data dari perusahaan sampel yang diambil pada entitas yang diteliti. Apabila Standar deviasi lebih rendah dari mean menunjukkan bahwa data bersifat homogen dan tidak dapat mewakili populasi yang ada.

Peneliti menggunakan ROA (*Return On Assets*) sebagai variabel alat ukur dalam penelitian ini. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan serta mengetahui perusahaan apakah menggunakan aktiva dalam rangka memperoleh laba sebesar-besarnya kedepannya (Kurniasari, 2017). Data yang digunakan dan diteliti pada variabel ROA menggunakan t-1 yang memiliki arti bahwa data diambil setahun sebelum tahun yang ingin diteliti. Data ini menunjukkan bahwa ROA dan variabel lain berjalan seirama serta tidak terjadi *time lack*. Dari hasil pengujian ditemukan jika nilai rata-rata pada sampel di atas adalah senilai 0,031 atau sebesar 3%. Skor standar deviasi menunjukkan jumlah sebesar 0,071 atau sebesar 7%, Nilai mean yang dicapai dalam sampel perusahaan. Tingkat aset di atas menunjukkan bahwa terdapat rentang data yang cukup besar dengan varians yang bervariasi. Jumlah standar deviasi melebihi rata-rata - ini menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan mewakili komunitas yang diselidiki. Dengan hasil ini, ROA yang didapatkan bisa digunakan pengambil kepentingan untuk membandingkan antara 2 perusahaan dan mengevaluasi terkait imbalance yang sesuai dengan aset yang sudah digunakan atau dimiliki.

Pada penelitian ini digunakan indikator GRI G4 yang memiliki 6 indikator utama. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan metode skor 1 atau 0 yang dianalisis dari laporan

tahunan perusahaan. Peneliti melihat GRI G4 lebih relevan daripada GRI G4 serta GRI Standards 2021 karena sampel *time series* data penelitian ini dimulai pada tahun 2019 hingga tahun 2021 serta GRI G4 dinilai memiliki indikator yang lebih lengkap dan daripada GRI G3. *Statistics Descriptive Analytiscs* atas pengungkapan CSR atau (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*) sebagai variabel intervening dari penelitian ini mendapatkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,196 atau 196%, sedangkan *standard Deviation* sebesar 0,073 atau senilai 7%. Standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data yang dipilih adalah data yang mewakili populasi, data beragam, dan tidak mendekati mean. Nilai tadi memberikan variasi yang kurang beragam dan penyebaran data yang kurang luas pada perusahaan yang dipilih.

## Pembahasan hasil penelitian

**Tabel 3**  
**Hasil Regresi 1**

Variabel	Unstandardized Coefficients B	T	Sig.
Size of Committee Audit	0,287	1,657	0,099
ROA	1,071	3,008	0,003

Dependen: CSRD

Sumber: Data Sekunder, diolah (2022)

**Tabel 4**  
**Hasil Regresi 2**

Variabel	Unstandardized Coefficients B	T	Sig.
Size of Committee Audit	-0,351	-0,899	0,370
ROA	3,091	3,779	0,000
CSRD	-0,387	2,333	0,021

Dependen: PBV

Sumber: Data Sekunder, diolah (2022)

**Tabel 5**  
**Uji Sobel**

	Tata Kelola Perusahaan	Profitabilitas
a	0,287	1,071
b	-0,387	-0,387
SEa	0,173	0,356
SEb	0,166	0,166

Sumber: Data Sekunder, diolah (2022)

### **Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Penelitian ini memberikan hasil pengujian terkait pengaruh dari Tata Kelola Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Tata Kelola Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil uji analisis regresi yang dihasilkan pada tabel justru menyatakan bahwa hipotesis pertama tadi ditolak dan dapat dilihat dari nilai sig yang dihasilkan adalah sebesar 0,099 yang menandakan bahwa skor tersebut lebihbesar dari 0,05. Dari uji penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa aktivitas Tata Kelola Perusahaan yang dihitung menggunakan alatukur besaran komite audit yang ada pada perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara langsung.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Studi ini mengeksplorasi hubungan antara keberhasilan perusahaan di bidang Tanggungjawab Sosial perusahaan (CSR) yang terfokus di profitabilitas organisasi. Pernyataan pada hipotesis yang kedua (H2) berpendapat bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah. Menurut hasil pengujian termasuk analisis regresi pada penelitian ini, hasil berganda tersebut berkaitan dengan hipotesis (H2) sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima karena hasil uji regresi berganda menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Nilai koefisien yang dihasilkan adalah sebesar yaitu 0,003 atau bisa dibilang bahwa hasilnya  $< 0,05$  yang menjadi batas maksimal nilai signifikan. Dari hasil di hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap variabel pengungkapan CSR secara langsung.

#### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Penelitian ini memberikan pernyataan hipotesis yang memberi pernyataan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Dari uji disini dihasilkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada uji regresi pada tabel pada penelitian ini dihasilkan nilai signifikansi atau *probability value* senilai 0,021 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan dapat dikatakan hasilnya adalah signifikan dan hipotesis diterima. Dengan demikian, dukungan stakeholders suatu perusahaan dapat menjadi pengaruh yang besar terhadap eksistensi perusahaan. Sehingga pada hipotesis ini hasilnya adalah bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis yang dijabarkan pada penelitian ini adalah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Dari uji yang dihasilkan ternyata, hipotesis tersebut ditolak setelah hasil dari uji tersebut yakni nilai signifikan sebesar 0,899 yang mana angka tersebut masih melebihi angka 0,05. Sehingga bisa dengan mudah diambil kesimpulan bahwa Tata Kelola Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Argumentasi pada hipotesis ini diperkuat dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa terdapat embaran yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan dan embaran tersebut harus lengkap dan akurat. Ada banyak elemen di perusahaan yang bertanggungjawab atas informasi tersebut. Komite audit merupakan salah satunya yakni melakukan pengawasan terhadap informasi yang diungkapkan perusahaan. Namun, dalam pelaksanaannya Tata Kelola Perusahaan yang baik bukan hanya dilihat dari jumlah komite audit namun ada banyak hal lain yang dilihat seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan lain sebagainya.

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis dalam penelitian ini disebutkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis pada argumentasi ini diterima dengan penjelasan bahwa pengujian nampaknya menghasilkan angka signifikan kurang dari skor 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Argumentasi di atas diperkuat dengan teori stakeholder bahwa besarnya dividen yang diberikan perusahaan akan dapat memengaruhi keputusan investor melalui pengaruh harga saham karena investor lebih menyukai keuntungan yang besar. Profitabilitas menjadi salah satu faktor yang sangat mudah memengaruhi nilai suatu entitas bisnis. Apabila perusahaan dikelola dengan baik, biaya perusahaan juga tentunya akan juga berkurang, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih dari sebelumnya. Besarnya keuntungan ini akan berakibat pada nilai perusahaan kedepannya.

#### **Pengaruh Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pada penelitian ini terdapat hipotesis yakni Tata Kelola Perusahaan berpengaruh positif ke Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil uji yang dihasilkan pada penelitian di atas menghasilkan bahwa hipotesis kelima ditolak. Test yang dijalankan pada hipotesis ini adalah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan mencari Z – score dari *indirect relationship* antara variabel Tata Kelola Perusahaan dengan Nilai Perusahaan melewati mediasi pengungkapan CSR. Digunakan data output koefisien Unstandardized B serta Standard error dari pengujian variabel sebelumnya. Dapat diambil konklusi bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh antara Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Pada penelitian ini terhadap hipotesis yakni Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari hasil uji yang dihasilkan pada penelitian di atas menghasilkan bahwa hipotesis keempat ditolak. Dari uji penelitian ini dapat diambil konklusi bahwa aktivitas pengungkapan CSR tidak dapat menjadi mediasi pengaruh antara Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). *Path Analysis* digunakan dalam analisis di sini. Untuk mencari pengaruh tidak langsung digunakanlah uji *Sobel Test* dengan tujuan mencari  $Z$  – Score yang ingin diketahui untuk mengetahui apakah hasilnya melebihi atau kurang dari  $T_{tabel}$ . Data *unstandardized B* dan Standar eror dari pengujian juga digunakan untuk mencari  $Z$  – score. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa  $Z$  – score masih kurang dari  $T_{tabel}$  (1,6564). Dari hasil tersebut dapat diringkas bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui mediasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **KESIMPULAN**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pengujian pada pengaruh Profitabilitas dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai sebuah perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility*. Hasil pada penelitian di sini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh baik itu positif atau negatif, maupun signifikan dan tidak signifikan di antara Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, serta Nilai Perusahaan pada perusahaan industri sektor barang konsumsi primer yang tercantum di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 – 2021.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Dalam menyampaikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan pemangku kepentingannya, perusahaan wajib memberikan informasi dengan tepat, akurat, dan sesuai. Dalam pelaporan tersebut, banyak sekali elemen perusahaan yang turut andil dalam tugas pengawasan dan pengambilan keputusan. Tata Kelola perusahaan yang baik tentunya akan mendorong perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawabnya dalam pelaporan. Namun, komite audit disini adalah melakukan pengawasan terhadap pelaporan dan pengendalian internal tadi dan bukan dilibatkan dalam pengambilan keputusan perusahaan termasuk dalam bidang pengungkapan CSR. Sehingga komite audit disini dirasa hanya sebagai formalitas dan fungsi yang melaksanakan pengambilan keputusan dan turut andil yang sebenarnya adalah di posisi dewan komisaris dan dewan direksi serta didukung oleh komponen perusahaan lainnya.

Karena perusahaan tidak akan terlalu banyak mengurus masalah komunikasi dan tanggungjawabnya dengan sosial dan lingkungan. Berdasarkan data penelitian ini juga didapatkan bahwa hampir semua sampel perusahaan tidak dapat memberikan data yang lengkap sesuai dengan *indicator* CSR yang digunakan hal ini menandakan bahwa perusahaan masih lebih tertarik dan berfokus pada pengungkapan kinerja keuangan dalam pelaporannya. Tentu saja sudah ada peraturan perundang-undangan yang mengatur terkait tanggung jawab CSR namun tetap saja berdasarkan hasil penelitian di atas disebutkan bahwa perusahaan masih lebih tertarik dan berfokus pada profitabilitas bisnisnya sebagai sarana perusahaan dalam menggaet investor daripada mengungkapan CSR mereka. Namun tetap saja, profitabilitas yang tinggi akan tetap mendorong perusahaan untuk semakin meningkatkan nilainya karena profitabilitas merupakan sebuah pencapaian sebuah organisasi yang tujuannya adalah untuk menjadi tolak ukur keuangan perusahaan.

Karena perusahaan tidak hanya berdiri dan memikirkan keuntungannya saja, namun perusahaan juga harus dapat memuaskan semua pemangku kepentingannya termasuk konsumen atau masyarakat. Perusahaan juga harus selaras dengan nilai – nilai yang melekat pada masyarakat agar tidak terjadi *gap legitimacy*. Saat perusahaan kehilangan legitimasinya di mata masyarakat, perusahaan akan memiliki risiko yang besar dan menempatkan keberadaan perusahaan dalam bahaya. Kualitas sebuah perusahaan di mata pemangku kepentingan terlihat dari bagaimana perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik. Saat kinerja perusahaan dalam

sosial dan lingkungan unggul, maka otomatis juga reputasi perusahaan juga akan naik sehingga penerapan pengungkapan CSR akan meningkatkan juga nilai perusahaan.

Setiap perusahaan menginginkan timbal balik yang baik di antara semua pemangku kepentingannya. Semua pemangku kepentingan membutuhkan informasi yang layak, akurat, dan tepat untuk berinvestasi. Di sisi lain, perusahaan juga wajib melaporkan informasi keuangan perusahaan dengan baik salah satunya adalah mengungkapkan tanggung jawab sosial lingkungan mereka ke pihak *stakeholder*. Profitabilitas merupakan tolak ukur yang signifikan bagi seorang investor dalam berinvestasi. Saat profitabilitas tinggi, maka semakin tinggi juga kesadaran perusahaan dalam melakukan pelaporan yang transparan terutama dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Saat harga saham tinggi, hal tersebut juga akan meningkatkan nilai perusahaan dan kredibilitasnya dalam pasar sehingga perusahaan memiliki reputasi positif.

Temuan mengungkapkan bahwa terlepas dari jumlah keuntungan yang dihasilkan, korporasi akan mengungkapkan tanggungjawab sosialnya; dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan profitabilitas yang kuat melihat bahwa tidak perlu mempublikasikan inisiatif tanggung jawab sosial mereka. Perusahaan menganggap bahwa pembaca laporan tahunan prihatin sudah paham mengenai informasi apa yang akan didapat pada pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang baik, dalam hal ini profitabilitas. Karena adanya UU No. 25 Tahun 2007 yang mengatur tentang akuntabilitas sosial dan lingkungan, pengungkapan CSR perusahaan kini menjadi hal yang wajib. Akibatnya, tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) tidak terpengaruh oleh besarnya keuntungan. Hal ini bertentangan dengan asumsi bahwa semakin besar jumlah profitabilitas bisnis, semakin banyak pengungkapan informasi sosial. Sehingga terdapat berbagai pro - kontra terkait pembentukan komite audit yang tujuan utamanya adalah untuk mematuhi undang-undang atau tugas OJK. Sehingga, keputusan investasi investor tidak dipengaruhi oleh keberadaan komite audit dan komite audit tidak dapat digunakan untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, Hasil dalam pengujian normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* serta *Monte Carlo* pada regresi pertama masih menunjukkan data tidak normal. Hasil pada pengujian menunjukkan nilai 0,00 dan 0,012 yang mana hasil tersebut masih belum melebihi nilai signifikan (0,05). Kedua, Penelitian ini menggunakan data *time series* dan menggunakan sampel dari tahun 2019 – 2021 menjadi satu pengamatan penelitian yang mana diketahui bahwa mulai tahun 2020 adalah menjadi tahun yang berat bagi perusahaan yaitu wabah pandemi COVID19 sehingga menjadi anomali yang sangat jelas antara tahun 2019, 2020, dan 2021 (Sebelum dan sesudah COVID).

Saran dan evaluasi atas keterbatasan serta kekurangan penelitian ini yaitu Penelitian mendatang hendaknya menambah variabel lain yang lebih relevan dan lebih dapat mempengaruhi variabel dependen yang akan digunakan sehingga hasilnya akan jauh lebih baik dan akurat seperti variabel struktur modal, praktik penghindaran pajak, ukuran perusahaan, *leverage*, dan lain sebagainya. Lalu dapat memperluas sampel penelitian tidak hanya terbatas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi primer namun juga dapat menyentuh subsektor lain seperti industri *consumer cyclicals* dan lain sebagainya. Sehingga diharapkan penelitian akan semakin memiliki hasil yang lebih baik dan dapat mewakili populasi yang ada serta dapat memberikan representasi yang lebih jelas pada variabel nilai perusahaan yang diangkat. Lalu yang terakhir, Penelitian berikutnya dapat menambah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sehingga diharapkan hasilnya akan mendapatkan sudut pandang yang berbeda dari setiap alat ukur seperti dalam variabel tata Kelola perusahaan dapat menggunakan proksi jumlah komisaris independent, intensitas rapat komite audit, kepemilikan institusional dan lain sebagainya.

## REFERENSI

- Adetayo, J. O., Adetayo, E. A. D., & Oladejo, B. (2004). Management of Foreign Exchange Risks in a Selected Commercial Bank, in Nigeria. *Journal of Social Sciences*, 8(3), 207–213. <https://doi.org/10.1080/09718923.2004.11892416>
- Andreas, H. H., Sucahyo, U. S., & Elisabeth, D. (2015). Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 15(1), 119–136.
- Barnea, A., & Rubin, A. (2010). Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 71–86. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0496-z>
- Bayu Irfandi Wijaya, I. P. S. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12).
- BI. (2018). Laporan Perekonomian Indonesia. In *Pertumbuhan Ekonomi* (p. 38).
- Brigham, E.F. and Houston, J.F. (2001), Manajemen Keuangan, Edisi Kedelapan Buku 2, Erlangga, Jakarta.
- Bowman, E. H., & Haire, M. (1976). Social Impact Disclosure And Corporate Annual Reports. *Accounting, Organizations And Society*, 1(1), 11–21. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(76\)90004-0](https://doi.org/10.1016/0361-3682(76)90004-0)
- Darwin, Ali. (2007). Pentingnya Laporan Keberlanjutan, Akuntansi Indonesia. Vol.3: 12- 14.
- Destya Ramia Abriyani, Sudarso Kaderi Wiryono, and E. S. (2012). The Effect of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance with the Company's Reputation as Moderating. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 1(5), 205–212. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20aug136>
- Devie Devie, Lovina Pristya Liman, J. T. and F. J. (2020). Corporate Social Responsibility, Financial Performance And Risk In Indonesian Natural Resources Industry. *Social Responsibility Journal*, 16(1), 73–90. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2018-0155>
- Freeman, R. E. (2015). Stakeholder Theory. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1–6. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom020179>
- Friedman, M. (1970). Evidence For The Independent Influence Of Money On Business. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(2), 328. <https://doi.org/10.2307/1883018>
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali dan A. Chariri. 2007. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gujarati, Damodar N, (2004). Basic Econometrics, Fourth edition, Singapore. McGraw-Hill Inc.
- Hutapea, A. J. (2013). Analisis Pengaruh Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Sektor Perbankan (Studi pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2007-2011).
- IDX. (2020). Barang Konsumsi Tetap Dicari. *Bisnis Indonesia*, April, 1. [https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From\\_EREP/202004/e272ecb198\\_e744436257.pdf](https://www.idx.co.id/StaticData/NewsAndAnnouncement/ANNOUNCEMENTSTOCK/From_EREP/202004/e272ecb198_e744436257.pdf)
- Kamaliah. (2020). Disclosure Of Corporate Social Responsibility (CSR) And Its Implications On Company Value As A Result Of The Impact Of Corporate Governance And Profitability. *International Journal of Law and Management*, 62(4), 339–354. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197>
- Kaur, N., & Singh, V. (2020). Empirically Examining The Impact Of Corporate Social Responsibility On Financial Performance: Evidence From Indian Steel Industry. *Asian Journal Of Accounting Research*, 6(2), 134–151. <https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2020-0061>
- Kemenperin. (2019). Analisis Perkembangan Industri Edisi I - 2019. 49.
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, And Market Value. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.1>
- Moir, L. (2001). What Do We Mean By Corporate Social Responsibility? *The*

- International Journal of Business in Society*, 1(2 pp), 16–22.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1948.tb01791.x>
- Obalola, M., & Adelopo, I. (2012). Measuring The Perceived Importance Of Ethics And Social Responsibility In Financial Services: A Narrative-Inductive Approach. *Social Responsibility Journal*, 8(3), 418–432. <https://doi.org/10.1108/1747111121121247992>
- Ofeser, F., & Susbiyantoro, S. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 36. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.396>
- Orij, R. (2010). Corporate Social Disclosures In The Context Of National Cultures And Stakeholder Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2019). Corporate Governance, Corporate Profitability Toward Corporate Social Responsibility Disclosure And Corporate Value (Comparative Study In Indonesia, China And India Stock Exchange In 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 1–11.
- Reverte, C. (2009). Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings By Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 351–366. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9968-9>
- Rockeach, M. (1973), *The Nature of Human Values*, Free Press, New York, NY
- Sakti, T. A. A. (2010). *Pengaruh Return on Investment Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Yang Tergabung Di ....*  
[http://repository.radenfatah.ac.id/14499/1/santi\\_12345.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/14499/1/santi_12345.pdf)
- Samuel (2000), Enterprise Value (EV) Or Known As Firm Value Is An Important Concept For Investor Since It Is Indicator For The Market To Evaluate Overall Performance Of A Company.
- Spence, Michael. 1973. Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3. (Aug., 1973), pp. 355-374.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tarima, G., Parengkuan, T., & Untu, V. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bei Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 465–474.
- Toto, P. (2008), *Deteksi Cepat Kondisi Keuangan: 7 Analisis Rasio Keuangan*. Cetakan 1, PPM, Jakarta Wahidahwati.
- Wu, L., Shao, Z., Yang, C., Ding, T., & Zhang, W. (2020). The Impact Of CSR And Financial Distress On Financial Performance-Evidence From Chinese Listed Companies Of The Manufacturing Industry. *Sustainability* (Switzerland), 12(17). <https://doi.org/10.3390/SU121767>