

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022

Viviana Sutanto¹, Saryadi², Dinalestari Purbawati³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: vivianasutanto20@gmail.com

Abstract: *The banking sector is one of the sectors in the financial sector whose operation cannot be separated from the process of social responsibility, profitability and company value. During the period 2020 to 2022 PBV, which is one of the indicators for measuring company value, experienced a decline. On this basis, the research aims to analyze whether there is an influence between corporate social responsibility, profitability and company value which is varied by intervening variables. This type of research is explanatory with a purposive sampling technique which then becomes the basis for taking 14 samples from 45 banking companies registered in BEI. The research results show that a) the corporate social responsibility variable partially has a negative and significant effect on company value, proven by a significance of 0.012 (<0.05), b) the profitability variable partially has a negative and significant effect on company value, with evidence of a significance of 0.011 (<0.05), c) profitability cannot mediate the relationship between corporate social responsibility and company value, with a Sobel test value of 0.32507316 < 2.048 t table. The suggestions for this research are: a) banking companies must be adaptive to existing developments, especially in this research considering aspects of CSR management, company value and level of profitability, b) investors need to consider company performance such as financial performance and social performance, c) for further research related to CSR it is recommended to use the latest GRI index.*

Keywords *Keywords:* banking listed on the IDX; corporate social responsibility; profitability; company value.

Abstrak: *Sektor perbankan menjadi salah satu sektor dibidang finansial yang keberjalanannya tidak lepas dari proses tanggung jawab sosial, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Selama periode 2020 sampai 2022 PBV yang menjadi salah satu indikator pengukuran nilai perusahaan mengalami penurunan. Atas dasar tersebut, pada penelitian bertujuan untuk mengalisis apakah terdapat pengaruh antara corporate social responsibility, profitabilitas, dan nilai perusahaan yang divariasi dengan variabel intervening. Tipe penelitian ini explanatori dengan teknik purposive sampling yang kemudian menjadi dasar pengambilan 14 sampel dari 45 perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa a) variabel corporate social responsi bility secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dibuktikan signifikansi sebesar 0,012 (<0.05), b) variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan bukti signifikansi sebesar 0,011 (<0.05), c) profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan, dengan nilai tes sobel sebesar 0.32507316 < 2,048 t tabel. Adapun saran penelitian ini, yaitu a) bagi perusahaan perbankan harus adaptif dengan perkembangan yang ada, khususnya dalam peneltian ini mempertimbangkan aspek pengelolaan CSR, nilai perusahaan, dan tingkat profitabilitas, b) bagi investor perlu mempertimbangkan kinerja perusahaan seperti kinerja keuangan dan kinerja sosial, c) bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan CSR disarankan menggunakan indeks GRI terbaru.*

Kata Kunci: *perbankan yang terdaftar di BEI; corporate social responsibility; profitabilitas; nilai perusahaan*

Pendahuluan

Perbankan merupakan lini bisnis yang bergerak dalam bidang *financial* dengan berbagai penawaran produk dan layanannya termasuk salah satunya adalah penjualan saham. Harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang mana salah satu faktornya adalah nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan (Rosiva et al., 2022) yang menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang bisa disebut juga dengan harga saham. Dalam hal ini, semakin baik nilai sebuah perusahaan maka diidentifikasi semakin tinggi juga nilai jual sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat diukur dari penilaian Price Book Value (PBV) yang

diukur dari harga nilai saham yang dijual dipasar dibandingkan dengan nilai bukunya. Untuk mengukur PBV digunakan pengukuran dengan pengukuran rasio, yaitu bilamana rasio PBV >1 maka diartikan sebagai nilai jual saham di perusahaan tersebut tinggi. Dan bilamana PBV <1 maka dianggap nilai perusahaannya rendah. Akan tetapi pada tahun 2020 sampai 2022 terjadi sebuah fenomena penurunan PBV pada perusahaan perbankan secara berturut-turut yakni 2.78x ditahun 2020, lalu menjadi 1.97x pada tahun 2021 dan terakhir menjadi 1.28x di tahun 2022. Menurut (Kusumadilaga, 2010). dengan investasi yang tinggi dapat meningkatkan penjualan harga saham yang tinggi, sehingga nilai perusahaan yang diukur dari PBV akan meningkat (pengaruh positif). Sehingga, bilamana penjualan harga saham dipasar pada lini bisnis perbankan sedang mengalami penurunan dapat diartikan pula bahwa ketika nilai PBV sebuah perusahaan menurun, dengan ini tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada lini bisnis perbankan mengalami penurunan.

(Gunawan & Lestari, Rini, 2007) yang menyatakan peningkatan nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional organisasi, dengan singkat, CSR akan menentukan bagaimana kinerja perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya. Tanggungjawab sosial yang dimaksudkan telah dipadukan dengan konsep *tripel bottom line* yang berarti bahwa perusahaan menggunakan profitnya untuk membangun lingkungan eksternalnya yaitu *people* (terkait pemberdayaan sumberdaya manusia) dan *planet* (Terkait dengan Pembangunan lingkungan sekitar). Berhubungan dengan profitabilitas menurut (Handayani, 2016) profitabilitas adalah sebuah faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor akan menilai prospek perusahaan dalam menghasilkan laba atau tingkat profitabilitas perusahaan kedepannya. Dengan singkat, keduanya digunakan dalam membentuk sebuah citra atau nilai perusahaan yang baik untuk menarik investor. Bilamana investor percaya dan menanamkan modalnya, dapat diindikasikan sebagai permintaan pasar yang baik dan secara tidak langsung akan menaikkan nilai perusahaan melalui penjualan saham dipasar. Hal tersebut juga dijelaskan oleh (Astuti et al., 2020) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tinggi yang dicapai perusahaan maka berdampak pada pola hubungan pengungkapan aktivitas CSR perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memperoleh laba, mengindikasikan bahwa kinerja keuangan sebuah perusahaan mengalami peningkatan, yang mana jika laba meningkat maka dana tersedia untuk melaksanakan proses tanggungjawab sosial (Hemastuti, 2014). Jika CSR dari sebuah perusahaan dilaksanakan dengan baik, maka implikasinya adalah *image* atau citra perusahaan tersebut akan naik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Penelitian sebelumnya, terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan hasil inkonsistensi, maka penelitian ini dilakukan untuk menjawab inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, yaitu meneliti terkait pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan profitabilitas sebagai variabel *intervening*.

Kajian Teori

Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Menurut (Harsanti, 2011) teori legitimasi menjelaskan bahwa organisasi secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. Kesimpulannya adalah teori legitimasi adalah sebuah teori yang menyebutkan bahwa perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat melalui proses operasional perusahaan yang bertanggungjawab, mengikuti norma yang berlaku sesuai dengan perkembangan yang ada melalui kontribusi perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan lingkungan eksternalnya. Bentuk

dari legitimasi perusahaan dapat dilakukan melalui (CSR).

Nilai perusahaan

(Prabandari, 2021) nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa kemakmuran pemegang saham yang tinggi dengan asumsi bahwa semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, terdapat beberapa indikator untuk mengukur nilai perusahaan menurut Brigham, E.F.& Houston (2014), yaitu a) *price earning ratio* (PER), b) *cash flow ratio* (CF), d) *price book value* (PBV). Dalam penelitian kali ini menggunakan indikator pengukuran *price book value* (PBV). *Price to book value* (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan harga saham terhadap nilai buku perusahaan. Dimana nilai buku yang dimaksudkan adalah total kekayaan atau aset yang dimiliki perusahaan, dengan kata lain PBV ini mengukur bagaimana kinerja perusahaan memanfaatkan dan mengelola perusahaannya yang tercermin dari harga saham yang beredar. Berikut Rumusnya:

PBV = Harga saham : Book Value (Nilai Buku)

Book Value = Asset : Jumlah saham beredar

Profitabilitas

Menurut (Setiyowati & Mardiana, 2022) profitabilitas perusahaan memberikan perbandingan laba dan aset/modal mendapat untung. Profitabilitas juga diartikan kemampuan perusahaan mendapat laba, rasio profitabilitas dihitung dengan membandingkan keuntungan bersih dan aset (*Return on Assets*). Selain ROA terdapat beberapa rasio analisis keuangan, menurut Wild, John, K.R. Subramanyam (2005) adalah teknik analisis keuangan yang banyak digunakan oleh pengguna laporan keuangan yang dapat menghasilkan beberapa rasio dari laporan keuangan, berikut jenisnya:

- a) Rasio Likuiditas: *Current Ratio, Quick Ratio, dan Cash Ratio*
- b) Rasio Solvabilitas: *Debt to Asset Ratio, Debt to Equity Ratio, Long Term Debt to Equity Ratio, Times Interest Earned, dan Fixed Charge Coverage*
- c) Rasio Aktivitas: *Perputaran piutang, Perputaran Persediaan, Perputaran modal kerja, Fixed assets turnover, Total Assets Turnover.*
- d) Rasio profitabilitas: *Profit Margin on Sales, Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), dan EPS.*

Penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai indikator pengukuran profitabilitas, dengan rumus:

ROA = Laba sebelum pajak / Total asset

Corporate Social Responsibility

(Siregar, Dahlia, 2008)) berpendapat bahwa CSR merupakan sebuah konsep pertanggungjawaban sosial perusahaan yang mendukung kinerja pasar dengan pemberian sinyal yang berarah positif. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* yang didalamnya memuat indikator indikator pengukuran yang disebut GRI. Dalam penelitian ini, menggunakan GRI standar 2016 yang berisi 77 indikator pengungkapan yang meliputi aspek:

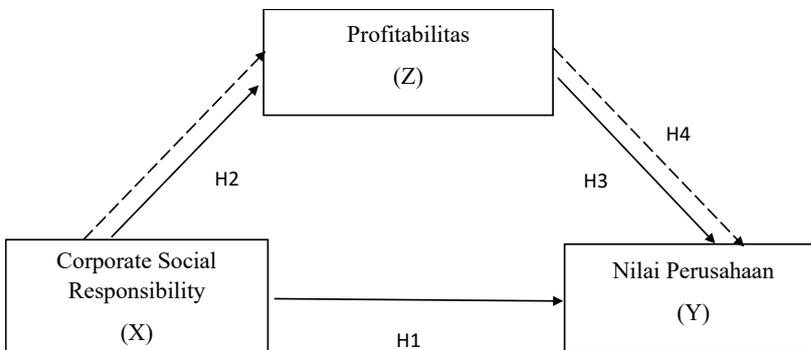
- a) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- e) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f) Indikator Kinerja Produk dan isu- isu konsumen (*product responsibility performance indicator*)
- g) Indikator Tata Kelola Organisasi (*organizational governance*)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2010). Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

H2: Terdapat pengaruh antara CSR terhadap profitabilitas
 H3: Terdapat pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
 H4: Terdapat pengaruh antara CSR terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas
 Untuk memperjelas rumusan hipotesis penelitian, berikut disajikan skema hipotesis penelitian:



Gambar 1. Kerangka Hipotesis

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini yaitu 45 perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dari populasi tersebut didapatkan sampel sebanyak 14 perusahaan dengan teknik penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang diambil menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari laman resmi Bursa Efek Indonesia dan laman masing-masing perusahaan yang menjadi objek penelitian. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan uji sobel untuk variable intervening.

Hasil Dan Pembahasan

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi

Tabel 1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	42	.45	.42	.87	.6400	.13048
Prfotabilitas	42	6.34	-2.26	4.08	1.4033	1.41646
NP	42	15.97	.33	16.30	2.1076	2.67437
Valid N (listwise)	42					

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

(Ghozali, 2016) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak.:

Tabel 2 Ujinormalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		30	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.19975646	
Most Extreme Differences	Absolute	.116	
	Positive	.116	
	Negative	-.086	
Test Statistic		.116	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.373	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.360
		Upper Bound	.385

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Berdasarkan tabel Tabel 2 Uji Kolmogorov Smirnov menggunakan Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti memiliki arti nilai residualnya berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.036	.126		8.197	<.001		
	LG10_PROFITABILITAS	-.744	.221	-.486	-3.366	.002	.996	1.004
	LG10_CSR	-1.166	.348	-.483	-3.348	.002	.996	1.004

a. Dependent Variable: SQRT_NP

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Variabel CSR dan profitabilitas yang diuji memiliki nilai *tolerance* yang mendekati angka 1, sementara VIF memiliki nilai kurang dari 10 yang berarti setiap variabel independen yang akan diuji tidak mengalami multikolinieritas atau tidak berkorelasi satu sama lain.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat dilakukan dengan uji run test, yakni dengan melihat nilai Asymp. Sig

Runs Test

	Unstandardize d Residual
Test Value ^a	-.02999
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	13
Z	-.929
Asymp. Sig. (2-tailed)	.353

a. Median

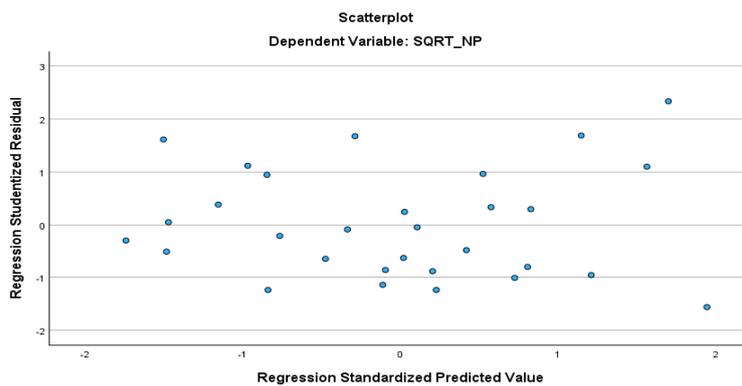
(2-tailed) uji run test

Tabel 4 Uji Autokorelasi

Berdasarkan table 4 diketahui bahwa Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,353 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi permasalahan data pada tes autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* yang tidak membentuk pola tertentu dan persebaran datanya merata.



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* mengindikasikan bahwa tidak terdapat pola yang jelas atau membentuk pola tertentu tertentu, sehingga dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di.

Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antar variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen yang dilihat dari besarnya nilai koefisien korelasi.

Tabel 5. Hasil Pengujian Korelasi CSR terhadap Nilai Perusahaan

		SQRT_NP	LG10_CSR
SQRT_NP	Pearson Correlation	1	-.453*
	Sig. (2-tailed)		.012
	N	30	30
LG10_CSR	Pearson Correlation	-.453*	1
	Sig. (2-tailed)	.012	
	N	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 5 dalam penelitian ini, nilai korelasi dari hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan adalah sebesar -0,453 yang berarti memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Tabel 6. Pengujian Korelasi CSR terhadap Profitabilitas

Berdasar tabel 6, pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai korelasi dari hubungan antara

		LG10_CSR	LG10_PROFITA BILITAS
LG10_CSR	Pearson Correlation	1	-.062
	Sig. (2-tailed)		.746
	N	30	30
LG10_PROFITABILITAS	Pearson Correlation	-.062	1
	Sig. (2-tailed)	.746	
	N	30	30

CSR dengan Profitabilitas adalah sebesar -0,062 yang berarti memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah.

Tabel 7. Pengujian Korelasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

		SQRT_NP	LG10_PROFIT ABILITAS
SQRT_NP	Pearson Correlation	1	-.456*
	Sig. (2-tailed)		.011
	N	30	30
LG10_PROFITABILITAS	Pearson Correlation	-.456*	1
	Sig. (2-tailed)	.011	
	N	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasar tabel 7, penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai korelasi dari hubungan antara Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan adalah sebesar -0,456 yang berarti memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi menerangkan seberapa besar kemampuan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen .

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi CSR terhadap Nilai Perusahaan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.453 ^a	.205	.177	.24222	.205	7.232	1	28	.012

a. Predictors: (Constant), LG10_CSR

b. Dependent Variable: SQRT_NP

Tabel 8 menunjukkan perolehan nilai koefisien determinasi variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 0.205 atau 20,5% yang menunjukkan persentase hubungan pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien CSR terhadap Profitabilitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.062 ^a	.004	-.032	.17708

a. Predictors: (Constant), LG10_CSR

Tabel 9 menunjukkan perolehan nilai koefisien determinasi variabel CSR terhadap Profitabilitas sebesar 0.04 atau 4% yang menunjukkan persentase hubungan pengaruh antara CSR terhadap profitabilitas.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.456 ^a	.208	.179	.24184	.208	7.343	1	28	.011

a. Predictors: (Constant), LG10_PROFITABILITAS
 b. Dependent Variable: SQRT_NP

Tabel 10 menunjukkan perolehan nilai koefisien determinasi variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 0.208 atau 20,8% yang menunjukkan persentase hubungan pengaruh antara Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 10 Uji Regresi Linier Sederhana CSR terhadap Nilai Perusahaan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.723	.100		7.213	<.001
	LG10_CSR	-1.094	.407	-.453	-2.689	.012

a. Dependent Variable: SQRT_NP

Berdasarkan tabel 10, koefisien regresi yang dilihat dari *unstandardized beta* memiliki nilai -1,094 yang menunjukkan arah negatif. Hal tersebut berarti arah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan adalah negatif (bilamana CSR meningkat maka nilai perusahaan menurun). Disamping itu, nilai signifikansi dari tabel 10 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$, yang berarti variabel CSR berpengaruh kuat dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Tabel 11 Uji Regresi Linier Sederhana CSR terhadap Profitabilitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.420	.073		5.732	<.001
	LG10_CSR	-.097	.297	-.062	-.327	.746

a. Dependent Variable: LG10_PROFITABILITAS

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yang dilihat dari *unstandardized beta* memiliki nilai -0,097 yang menunjukkan arah negatif. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari tabel 11 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,746 > 0,05$ yang berarti CSR tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Tabel 12 Uji Regresi Linier Sederhana Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.274	.122		10.435	<.001
	LG10_PROFITABILITAS	-.698	.258	-.456	-2.710	.011

a. Dependent Variable: SQRT_NP

Berdasarkan tabel 12 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi yang dilihat dari *unstandardized beta* memiliki nilai -0,698 yang menunjukkan arah negatif. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari tabel 12 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ yang berarti berpengaruh kuat dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar tersebut, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh kuat dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji t

Uji statistik t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen. Dasarnya adalah; a) jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak), b) jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima):

1. Uji t CSR terhadap nilai perusahaan: acuan uji t pada tabel 10 dengan hasil nilai t hitung yang diukur dengan *degree of freedom* (df) data setelah outlier sebesar 28 dan memperoleh t table sebesar 2,048, dengan ini, t hitung sebesar $(-2,689) > t\text{ table } (2,048)$ yang berarti CSR memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan, dengan ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Uji t CSR terhadap profitabilitas: acuan uji t pada tabel 11 dengan hasil nilai t hitung yang diukur dengan *degree of freedom* (df) data setelah outlier sebesar 28 dan memperoleh t table sebesar 2,048, dengan ini, t hitung sebesar $(-0,327) < t\text{ table } (2,048)$ yang berarti CSR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas ,dengan ini maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Uji t profitabilitas terhadap nilai perusahaan: acuan uji t pada tabel 12 nilai t hitung yang diukur dengan *degree of freedom* (df) data setelah outlier sebesar 28 dan memperoleh t table sebesar 2,048, dengan ini, t hitung sebesar $(-2,710) > t\text{ table } (2,048)$ yang berarti profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan, dengan ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Sobel

Gambar 3. Hasil uji sobel

	Memasukkan:		Statistik uji:	Std. Kesalahan:	p -nilai:
A	-0.097	Tes sobel:	0.32507316	0.22200541	0.7451257
B	-0.744	Tes Aroian:	0.31173393	0.23150511	0.75524274
s_a	0.297	Tes orang baik:	0.3402857	0.21208061	0.73364139
dengan b	0.221	Reset all	Menghitung		

Gambar 3 memaparkan hasil t hitung yang didapat berdasarkan angka tes sobel sebesar $0.32507316 < 2,048$ yang merupakan t tabel. Disamping itu nilai p value atau nilai probabilitasnya sebesar $0,751257 > 0,05$. Atas dasar tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan regresi variabel CSR dinyatakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan yang mengindikasikan pengungkapan CSR yang ada tidak dialokasikan dengan tepat, hal ini berhubungan erat dengan hasil pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini yang mengindikasikan alokasi pendanaan digunakan untuk laba ditahan, sehingga dimungkinkan persentase dana yang digunakan untuk CSR masih

dirasa kurang. Proses pelaksanaan CSR erat kaitannya dengan pendanaan, sehingga bilamana pendanaan yang dialokasikan tidak sesuai, maka proses keberjalanan pengungkapan tanggung jawab sosial terhambat, tidak maksimal, dan dipandang kurang baik oleh lingkungan eksternalnya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan (Natama, 2024) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang disebabkan oleh realisasi pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan dirasa masih belum maksimal, salah satu faktor penyebabnya adalah penilaian masyarakat terkait besaran biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya, faktor manajerial, dan eksternal lainnya

Pengaruh CSR terhadap Profitabilitas

Hasil perhitungan regresi variabel CSR dinyatakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel profitabilitas. Dalam penelitian ini, menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, yang mengindikasikan pengungkapan CSR yang ada direspon kurang baik oleh pihak eksternalnya, dimana CSR dianggap sebagai sebuah investasi jangka panjang yang mana manfaatnya tidak dapat dirasakan langsung dan signifikan, selain itu dalam keberjalanannya CSR membutuhkan sebuah pendanaan yang tentunya akan mengurangi profitabilitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (nita, 2021) pengungkapan CSR tidak terdapat pengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROA karena pengaruh pengungkapan CSR di laporan keberlanjutan terhadap kinerja tidak dapat dirasakan dalam waktu singkat, melainkan dalam jangka waktu yang panjang.

Pengaruh Profitabilitas terhadap terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan regresi variabel profitabilitas dinyatakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa profit yang ada dialokasikan untuk *retained earnings* (laba ditahan) yang mana dana tersebut digunakan untuk dana cadangan demi kelancaran operasional perusahaan yang berarti hanya menguntungkan perusahaan secara internal, bukan menguntungkan pihak eksternal seperti investor maupun masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Ginting (2021), dalam (Mercyana et al., 2022) dimana perusahaan yang mendapatkan profitabilitas yang tinggi cenderung memprioritaskan laba tersebut untuk *retained earnings* (laba ditahan) bukan untuk dibagikan kepada pemegang saham melalui dividen.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Hipotesis pada penelitian ini yang melibatkan profitabilitas sebagai variabel intervening menyatakan hasil bahwa profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengatakan bahwa profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh CSR dengan nilai perusahaan karena dilihat dari hasil uji profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial yang mengindikasikan bahwa profitabilitas yang ada dialokasikan untuk dana cadangan untuk keberjalanan proses operasional perusahaan melalui laba ditahan, sehingga hal ini juga berpengaruh terhadap kontribusi dan persentase pendanaan yang untuk CSR. Hal ini didukung oleh (Astuti et al., 2020) yang menyebutkan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan yang disebabkan karena faktor alokasi profit yang dirasa kurang tepat, kurang maksimal dan cenderung mengedepankan pengembangan internal perusahaan seperti para *stakeholder* dengan mengesampingkan tanggung jawab sosialnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel CSR (X) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan bukti signifikansi sebesar 0,012 (<0.05).
2. Variabel CSR (X) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan bukti signifikansi sebesar 0,746 (>0,05)

3. Variabel profitabilitas (Z) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan bukti signifikansi sebesar 0,011 (<0.05).
4. Profitabilitas (Z) tidak dapat memediasi hubungan antara CSR (X) terhadap nilai perusahaan (Y), dengan nilai tes sobel sebesar $0.32507316 < 2,048$ t tabel.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Berdasarkan penelitian, menunjukkan bahwa hasil pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan adalah bersifat negatif, hal tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor termasuk salah satunya adalah faktor pengelolaan alokasi dana yang kurang maksimal, sebaiknya untuk kedepannya perusahaan harus menetapkan target, serta rancangan yang menimbang dari berbagai faktor.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh CSR terhadap profitabilitas yang tidak memiliki pengaruh, hal tersebut tentunya harus diperhatikan dan pertimbangan fleksibilitas, untuk itu perhatikan tren dan pelajari peluangnya, seperti keberjalnan CSR sebagai investasi jangka panjang.
 - c. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih memiliki pengaruh yang negatif, hal tersebut tentunya perlu diperbaiki karena pada dasarnya profitabilitas erat kaitannya dengan keberjalnan operasional perusahaan yang digunakan sebagai faktor pendukung keberjalnan, untuk itu pengelolaan dan perencanaan anggaran perlu dipertimbangkan kembali persentase penyaluran profit yang digunakan untuk kegiatan legitimasi perusahaan sebagai upaya investasi jangka panjang.
 - d. Berdasarkan hasil penelitian profitabilitas sebagai penghubung antara CSR dengan nilai perusahaan yang masih belum memiliki hasil yang baik, sebaiknya perusahaan menunjang dan memperhatikan segala bidang agar keberjalnan operasional berjalan secara sistematis dan teratur. Disamping itu, perkembangan pasar yang mengarah pada kualitas sebuah perusahaan juga dapat dilihat dari citra perusahaan itu sendiri, dimana untuk membangun citra perusahaan dapat dilakukan melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dengan menyisihkan *profit* untuk pengembangan *people* dan *planet*
2. Bagi Investor

Dalam sebuah keputusan untuk menginvestasikan dana, sebaiknya mempertimbangkan faktor keberlanjutan dalam memperoleh keuntungan jangka panjang, seperti melihat kinerja perusahaan baik dalam kinerja keuangan maupun kinerja social.
3. Bagi Penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain hendaknya dapat menjadi bahan masukan untuk mengembangkan model-model penelitian terbaru yang berkaitan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan kebutuhan keilmuan saat ini dan untuk peneliti selanjutnya jika ingin melakukan penelitian menggunakan variabel Pengungkapan CSR dapat menggunakan indeks GRI terbaru.

Daftar Referensi

- Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). Intervening Profitabilitas Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4 ed.)*.
- Gunawan, N. F., & Lestari, Rini, N. (2007). *Prosiding Akuntansi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*.
- Handayani. (2016). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Aset, Profitabilitas, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perbankan yang Terdaftar di BEI periode 2012 - 2014.
- Harsanti, P. (2011). Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi. *MAWAS: Majalah Ilmiah*,

24(1), 202–215.

- Hemastuti, C. P. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi Dan Kepemilikan.
- Kusumadilaga, R. (2010). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) SKRIPSI.
- Mercyana, C., Hamidah, & Kurnianti, D. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016–2020.
- Natama, P. (2024). *Pengaruh Sustainability Reporting Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Pengendalian Internal Sebagai Moderasi*. 2(2).
- nita, D. A. (2021). Kinerja Perusahaan: Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Pendapatan. *Pendidikan Kimia PPs UNM*, 1(1), 91–99.
- Prabandari, I. (2021). Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2019. *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Rosiva, M., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020).
- Setiyowati, S. W., & Mardiana, M. (2022). Profitabilitas terhadap Financial Distress Dimediasi Corporate Social Responsibility.
- Siregar, Dahlia, L. (2008). *Pengaruh Corporate..., Lely Dahlia, FE UI, 2008*.
- Wild, John, K.R. Subramanyam, dan R. F. H. (2005). *Laporan, Analisis Keuangan*.