

# PERAN PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2020

Pande Luh Dwi Trikayanti<sup>1</sup>, Fridayana Yudiaatmaja<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail : pande.dwi@undiksha.ac.id<sup>1</sup>, fyudiaatmaja@gmail.com<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan dan untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* dalam memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). CSR pengungkapannya pada ekonomi, sosial dan lingkungan. Variabel *profitabilitas* mempergunakan *Return On Asset* (ROA). Variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Tobin's Q*. Penelitian ini menggunakan 17 perusahaan sebagai sampel pada tahun 2018-2020. Teknik analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis ialah analisis jalur dengan SPSS 22. Metode ilmiah yang digunakan untuk pengujian spekulasi ialah pengujian jalan dengan SPSS 22. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan. Dampak backhand CSR pada nilai perusahaan melalui *profitabilitas* mengalami penurunan. *Profitabilitas* meperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci** : Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas

## ABSTRACT

*This study plans to decide on the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value and to decide on job productivity in mediating the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value in food and beverage organizations listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). CSR variable disclosure on the economy, social and environment. Profitability variables are estimated using Return On Assets (ROA). The dependent variable is firm value which is measured using Tobin's Q. This test uses 17 companies as samples in 2018-2020. The analytical technique used for hypothesis testing is path analysis with SPSS 22. The scientific method used for speculation testing is road testing with SPSS 22. Experimental results show that CSR affects firm value. The impact of backhand CSR on firm value through profitability has decreased. Profitability weakens the influence of CSR on firm value.*

**Keywords** : Company Value, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitability

## 1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi era kini menjadikan ruang bisnis ikut berkembang, dilihat dari persaingan bisnis yang berasal di negeri maupun dari luar negeri, serta munculnya kompotitor-kompotitor yang unggul untuk mendirikan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai kompetitif yang efektif tentu akan bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan adanya persaingan tersebut menyebabkan mengubah elemen bisnis. Elemen bisnis yang berubah membuat organisasi membutuhkan aset tambahan untuk membina organisasi dan bertahan pada persaingan. Perusahaan dapat memperoleh dana dari berbagai sumber yaitu sumber dana dari pemilik perusahaan, sumber dana dari investor maupun sumber dana dari pihak ke tiga pada bentuk utang, sehingga organisasi dapat melakukan latihan fungsional dengan tepat tanpa kekurangan dana.

Organisasi yang semakin sejahtera tentu saja akan ada masalah-masalah dari luar yang tidak terkendali dan menimbulkan dampak negatif. Sehingga perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* untuk mengurangi dampak negatif tersebut. Tanggung jawab perusahaan ada tiga yaitu aspek sosial, lingkungan dan keuangan. Dengan CSR perusahaan akan berusaha menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan.

Paulina (2016) berpendapat bahwa CSR ialah strategi dan kegiatan organisasi terhadap isu-isu sosial dan alam untuk membuat kualitas sosial yang besar. CSR ialah kecemasan organisasi terhadap ekonomi, sosial, dan iklim Mengingat tiga standar dasar yang

menggabungkan manfaat, individu dan planet (3P). Organisasi sebagai substansi bisnis yang berorientasi pada keuntungan, bagaimanapun juga harus mencari keuntungan finansial untuk menjamin ketahanan organisasi agar organisasi dapat terus bekerja dan berkembang. Pada menjamin daya tahan dan keseriusan organisasi, organisasi harus memiliki kepedulian terhadap bantuan pemerintah dari perwakilan dan individu (individu) yang yakni sumber daya penting pada asosiasi dan bangsa. Sementara itu, planet yakni kekhawatiran terhadap iklim dan daya dukung keanekaragaman hayati yang dapat diakui sebagai program penghijauan iklim, dan penataan kantor air bersih (Nurbaiti dan Bambang 2017).

Latihan CSR bisa membawa banyak keuntungan, seperti mengerjakan gambar. kualitas organisasi yang menarik menurut perspektif klien, pendukung keuangan dan pakar moneter menunjukkan penempatan merek dan meningkatkan kesepakatan dan pangsa pasar (Cheng, Megawati dan Christia One, 2011). CSR ialah investasi bisnis untuk memperkuat citra diferensiasi dan penguatan dari perusahaan lain Ini ialah keunggulan kompetitif dan bertujuan untuk membantu memecahkan masalah sosial. Dengan begitu profitabilitas yakni salah satu faktor pengungkapan CSR pada perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas semakin lugas organisasi pada menyelesaikan kewajiban sosialnya. Dengan begitu nilai perusahaan tentu akan ikut meningkat. Ini juga menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Banyak investasi yang masuk tentu banyak dana yang masuk ke perusahaan, yang dapat digunakan untuk perkembangan perusahaan atau kemajuan perusahaan dalam persaingan saat ini.

Mengingat uraian diatas penelitian ini mengusung judul “Peran *Profitabilitas* pada Memediasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2020.”

## 2. Kajian Pustaka

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Kewajiban sosial atau disebut juga *Corporate Social Responsibility (CSR)* ialah rasa kepedulian organisasi terhadap lingkungan masyarakat disekitar perusahaan, seperti beasiswa bagi anak sekolah, memberikan sumbangan dana untuk perbaikan jalan, maupun bagi-bagi sembako saat hari raya atau tahun baru. Dengan CSR juga perusahaan dapat menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat dan masyarakat akan memberikan kontribusi kepada perusahaan, (Program & Ilmu, 2016).

CSR memberikan keuntungan bagi stakeholdersnya serta membantu stakeholders pada pengelolaan pendanaan baik secara internal maupun eksternal. Ada tiga standar CSR, yaitu manfaat khusus, individu dan planet (3P). Pertama-tama, organisasi sebagai elemen bisnis yang terletak pada keuntungan, bagaimanapun, harus mencari keuntungan finansial untuk menjamin ketahanan organisasi sehingga organisasi dapat terus bekerja dan berkembang. Kedua, pada menjamin daya tahan dan keseriusan organisasi, organisasi harus memiliki kepedulian terhadap bantuan pemerintah dari perwakilan dan individu, yang yakni sumber daya yang signifikan pada asosiasi dan negara. Sementara itu, ketiga planet mengkhawatirkan iklim dan keterjagaan keanekaragaman hayati yang dapat disebut sebagai program penghijauan alami, dan penataan kantor air bersih (Nurbaiti dan Bambang, 2017).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas ialah rasio yang menggambarkan bagaimana perusahaan pada mengelola aset maupun aktiva untuk menghasil keuntungan yang sebesar-besarnya. Produktivitas yakni faktor yang memberikan peluang dan kemampuan bagi dewan direksi pada mengungkap kewajiban sosial perusahaan kepada investor. Akibatnya, semakin tinggi tingkat manfaat organisasi, semakin penting pengungkapan sosial organisasi. Keterkaitan antara keuntungan organisasi serta klaim risiko sosial organisasi telah menjelma menjadi anggapan signifikan yang mencerminkan perspektif respon masyarakat terhadap bisnis. Sehingga, besar keuntungan perusahaan, semakin besar eksposur informasi sosial. (Bowman serta Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston serta Milne, 1996 pada Anggraini, 2006).

### **Nilai perusahaan**

Nilai perusahaan ialah persepsi yang dimiliki pendukung keuangan terhadap organisasi publik, yang sering dikaitkan dengan biaya penawaran (Sujoko dan Soebiantoro, 2007) pada (Ira Agustine, 2014). Pengeluaran stok yang tinggi menunjukkan hadiah hierarkis yang tinggi. Nilai otoritatif yang tinggi akan membuat pasar memasukkan saham pelaksanaan organisasi yang sedang berlangsung serta kemungkinan masa depan. Pada dasarnya, tujuan administrasi moneter ialah untuk meningkatkan harga diri bisnis. Namun dibalik tujuan tersebut, selalu ada pertentangan antara pengusaha dan ahli kredit sebagai bank. Dengan asumsi organisasi berjalan dengan baik, nilai bagian organisasi akan meningkat, sedangkan nilai kewajiban organisasi sebagai obligasi tidak terpengaruh dengan cara apa pun. Dengan demikian, cenderung beralasan bahwa penghargaan nilai yang dapat dibayangkan ialah penunjuk yang tepat untuk mengukur tingkat pelaksanaan suatu organisasi.

### **Hipotesis**

#### **a. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan**

Keberadaan CSR pada perusahaan diharapkan mampu membantu perusahaan pada mendapatkan citra perusahaan disekitar lingkungan masyarakat. Dengan citra perusahaan meningkat, begitu nilai perusahaan tentu saja akan menumpuk juga. Tujuan utama organisasi pada program CSR ialah meningkatkan nilai perusahaan. Pada program CSR ini tentunya perusahaan memerlukan karyawan yang inisiatif serta antusias, dengan begitu program CSR dapat berjalan lancar dan memiliki arti. Pertumbuhan program CSR tentu akan menimbulkan kesejahteraan bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Dengan CSR perusahaan menunjukkan kepedulian kepada lingkup organisasi.

Pengingat pemaparan dapat dirumuskan hipotesis yakni :

$H_1$  : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **b. Pengaruh Variabel *Profitabilitas* sebagai Variabel Mediator pada Hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan**

Manfaat ialah proporsi yang menggambarkan kapasitas suatu organisasi untuk menciptakan manfaat atau profit. Dengan produktivitas yang tinggi akan membuat para financial backer tertarik untuk memasukkan sumber daya ke pada organisasi. Dengan CSR, pendukung keuangan dapat melihat bagaimana gambaran organisasi secara lokal. Jelas itu akan membuat pendukung keuangan lebih yakin untuk memasukkan sumber daya ke pada organisasi. (Hackston dan Milne pada Rosiana, 2013). Profit ialah elemen yang membuat para eksekutif lebih bebas dan mudah beradaptasi pada mengungkap CSR kepada investor dan mitra. Produktivitas yang lebih baik para eksekutif dapat melakukan ini dan mengungkap latihan CSR dari perspektif yang luas.

Mengingat penjelasan diatas dipaparkan hipotesis yakni :

$H_2$  : *Profitabilitas* yang tinggi memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

### **3. Metode Penelitian**

Eksplorasi ialah kajian kooperatif dengan metodologi kuantitatif yang memanfaatkan informasi opsional terkait dengan Laporan Tahunan Perusahaan Makanan Dan Minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dengan rentang waktu Laporan Tahunan 2018-2020 yang diedarkan melalui [www.idx.com](http://www.idx.com). Faktor-faktor yang diteliti ialah *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X1), *Profitabilitas* (X2) dan Nilai Perusahaan (Y).

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini ialah organisasi Food and Beverage yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Pilihan tes menggunakan teknik pemeriksaan *purposive sampling*. Pada memutuskan contoh menggunakan langkah-langkah. Perusahaan yang memenuhi langkah-langkah tersebut ialah 17 perusahaan.

#### **Metode Analisis Data**

Informasi yang telah terkumpul kemudian diperiksa, terlebih dahulu informasi tersebut diujicobakan dengan uji faktual ilustratif, sebelum informasi tersebut dirinci dengan analisis regresi, pertama dan terutama uji normalitas, uji multikoinaritas, dan uji heteroskedastisitas,

dan untuk menjamin bahwa informasi selanjutnya beredar secara teratur (Ghozali. 2006). Uji spekulasi yang dilakukan ialah koefisien determinasi, uji t dan uji sobel. Tes pemeriksaan cara atau investigasi cara secara efektif menguji dampak faktor perantara atau intervensi. Untuk mengetahui dampak sirkit melalui faktor perantara, digunakan konsekuensi uji wawasan untuk memikirkan dampak mana yang lebih menonjol antara dampak langsung dan menyimpang, untuk mengetahui adanya faktor-faktor penghambat yang dapat memperkuat atau melemahkan efek otonom pada dependen (Ghozali, 2018).

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

##### Hasil Penelitian

##### a. Statistik Deskriptif

Pemeriksaan terukur ekspresif secara efektif menggambarkan informasi sebagai nilai terkecil, nilai paling ekstrim, nilai normal (mean) dan standar deviasi dari setiap faktor eksplorasi. Konsekuensi dari pengukuran yang berbeda menggunakan SPSS 22.0 dari setiap faktor eksplorasi ialah yakni:

**Tabel 1**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	51	.150874	12.263005	2.81416137	2.758659456
Profitabilitas	51	-14	43	7.31	10.466
CSR	51	.098901	.296703	.14910565	.047252951
Valid N (listwise)	51				

Sumber : Data sekunder yang diolah melalui IBM SPSS 22, 2022

##### b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menyelesaikan tes terukur, informasi yang akan dicoba harus memenuhi tes asumsi kalsik. Uji asumsi kalsik yakni:

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas mengharapkan informasi yang tertinggal pada kondisi berikutnya, terlepas dari apakah informasi tersebut biasanya disebarluaskan. Untuk melihat apakah sirkulasinya khas atau tidak, ilmuwan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan plot kemungkinan biasa.

**Tabel 2**  
**Hasil uji**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.46601559
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.051
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

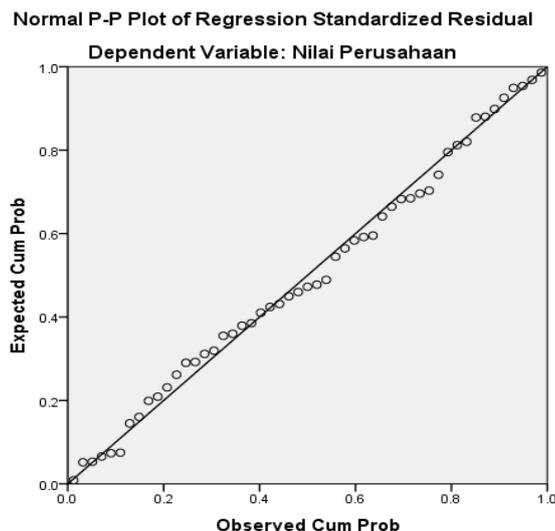
c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Hasil output IBM SPSS 22

Diperoleh uji *Kolmogorov-smirnov* pada penelitian ini terlihat signifikasinya lebih besar dari 0,05 sebesar 0,2 maka data berdistribusi normal.

**Gambar 1 Grafik Normal Probability Plot**



Pada diagram *plot* kemungkinan biasa, cenderung terlihat bahwa fokus menyebar di sekitar garis sudut ke sudut dengan penyebaran mengikuti garis miring. Jadi menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonierlitas

Uji multikolonierlitas dikerjakan dengan memastikan nilai change impact factor (VIF) dari setiap faktor otonom. Nilai VIF di bawah 10 dan nilai resistensi lebih dari 0,10 menunjukkan bahwa hubungan antara faktor-faktor masih bisa ditolerir. Hasil dari uji multikolonierlitas yakni :

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolonierlitas**

	Model	1 (Constant)	CSR	Profitabilitas
Unstandardized Coefficients	B	-5.712	56.828	.118
	Std. Error	.228	1.578	.034
Standardized Coefficients	Beta		.973	.448
	T	-25.065	36.006	3.508
	Sig	.000	.000	.001
Collinearity Statistics	Tolerance		.813	.813
	VIF		1.229	1.229

Dependent Faktor : NILAI PERUSAHAAN

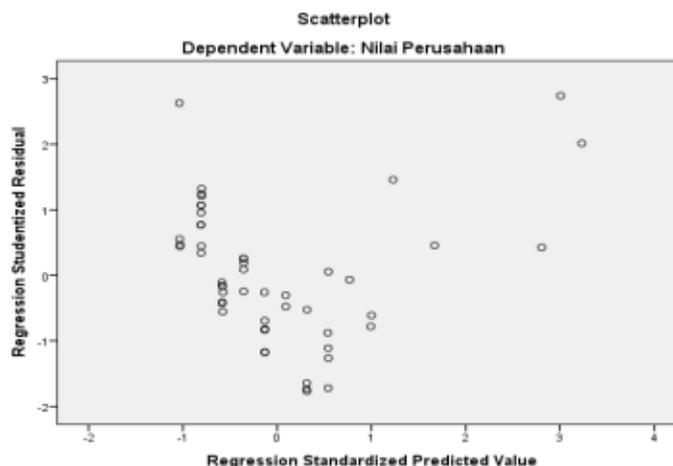
Sumber : Hasil output SPSS 22.0

Dilihat dari konsekuensi uji multikolonierlitas memperlihatkan nilai resiliensi lebih menonjol dari 0,10 yaitu 0,813 dan nilai VIF di bawah 10 yakni 1,229. Sehingga model relaps pada pemeriksaan ini tidak terjadi multikolonierlitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ingin menguji apakah pada model backslide terdapat perbedaan kontras antara satu penegasan yang tersisa dengan yang lainnya.

**Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Ini sangat baik dapat ditemukan pada gambar, konsekuensi dari uji heteroskedastisitas, untuk lebih spesifik center tidak membengkok model yang masuk akal, dan center menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada hub Y, jadi pada model relaps review ini tidak ada heteroskedastisitas.

### c. Pengujian Hipotesis

#### a. Koefisien Determinasi

Koefisiendeterminasi ( $R^2$ ) fundamental mengukur seberapa jauh batas model untuk mengetahui kemampuan berubah pada faktor bergantung. Nilai koefisien jaminan ialah suatu tempat pada ruang lingkup tidak ada dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa batas penghitungan bebas yang memahami variasi faktor bergantung sangat terbatas. Mengingat model dampak, model pemeriksaan cara dapat diurutkan. Dampak kesalahan pada syarat pertama dan kedua ialah yakni:

$$P_{e1} = \sqrt{1 - R^2}$$

$$P_{e1} = \sqrt{(1 - 0,187)} = 0,902$$

$$P_{e2} = \sqrt{(1 - 0,971)} = 0,170$$

$$Rm^2 = 1 - P_{e1}^2 \cdot P_{e2}^2$$

$$Rm^2 = 1 - (0,902)^2 (0,170)^2$$

$$Rm^2 = 1 - 0,813604 \times 0,0289$$

$$Rm^2 = 0,976$$

Keterangan :

$Rm^2$  : Koefisien determinasi total

$P_{e1}$  : Pengaruh eror CSR terhadap *profitabilitas*

$P_{e2}$  : Pengaruh eror CSR dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Penilaian legitimasi model melalui koefisien determinasi ( $Rm^2$ ) memperlihatkan nilai sebesar 97,6%. Sehingga pengaruh faktor otonom dan faktor perantara dan kapasitas model untuk memahami keragaman faktor terikat ialah 97,6%. Sedangkan 2,4% dipengaruhi oleh faktor yang berbeda.

#### b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t faktual diarahkan memperlihatkan seberapa jauh pengaruh faktor bebas secara eksklusif pada memaknai keragaman faktor terikat. Berikutnya ialah konsekuensi dari perhitungan uji T, lebih spesifiknya:

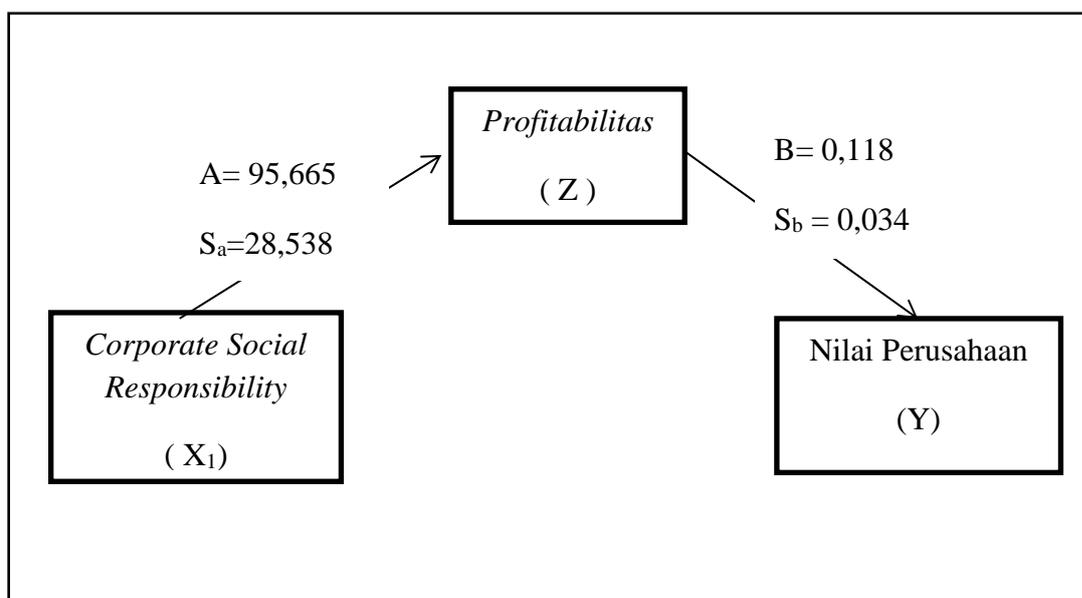
**Tabel 4**  
**Hasil Perhitungan Uji T**

Faktor	t-hitung	Nilai Standardized beta	Sig	Hipotesis
CSR	3,352	0,432	0,002	Diterima
Faktor dependen : <i>Profitabilitas</i>				
Faktor	t-hitung	Nilai Standardized beta	Sig	Hipotesis
CSR	36,006	0,973	0,000	Diterima
Profitabilitas	3,508	0,448	0,001	Diterima
Faktor dependen : Nilai Perusahaan				

c. Uji Sobel

Uji Sobel dilakukan untuk memperlihatkan pengaruh deviasi faktor otonom (X) terhadap faktor terikat (Y) melewati faktor perantara (M) menunjukkan nilai koefisien regresi CSR terhadap *profitabilitas* sebesar 107,309 dengan standar eror 29,932 dan nilai signifikansi 0,001. Nilai koefisien *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,118 dengan standar eror 0,034 dan nilai signifikansi 0,001. Sehingga CSR signifikan berpengaruh langsung *profitabilitas* dan *profitabilitas* juga signifikan berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Sehingga terlihat yakni:

**Gambar 3 Model Mediator**



$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{((0,118)^2 (28,538)^2) + ((95,665)^2 (0,034)^2) + ((28,538)^2 (0,034)^2)}$$

$$S_{ab} = 4,781$$

Untuk menguji dampak tidak langsung secara parsial sampai tingkat tertentu, hal itu ditentukan oleh resep yakni:

$$z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

$$z = \frac{95,665 \times 0,118}{4,7813059793}$$

$$z = 2,361$$

Mengingat perhitungan diatas nilai z lebih besar dari 1,675 maka pada regresi ini terjadi mediasi. Atau dapat dijabarkan pada bentuk tabel yakni :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Pengaruh Faktor Mediasi**

Faktor	Pengaruh tidak langsung	S <sub>indirect effect</sub>	T	Keterangan
CSR	0,194	4.781	2,361	Sign

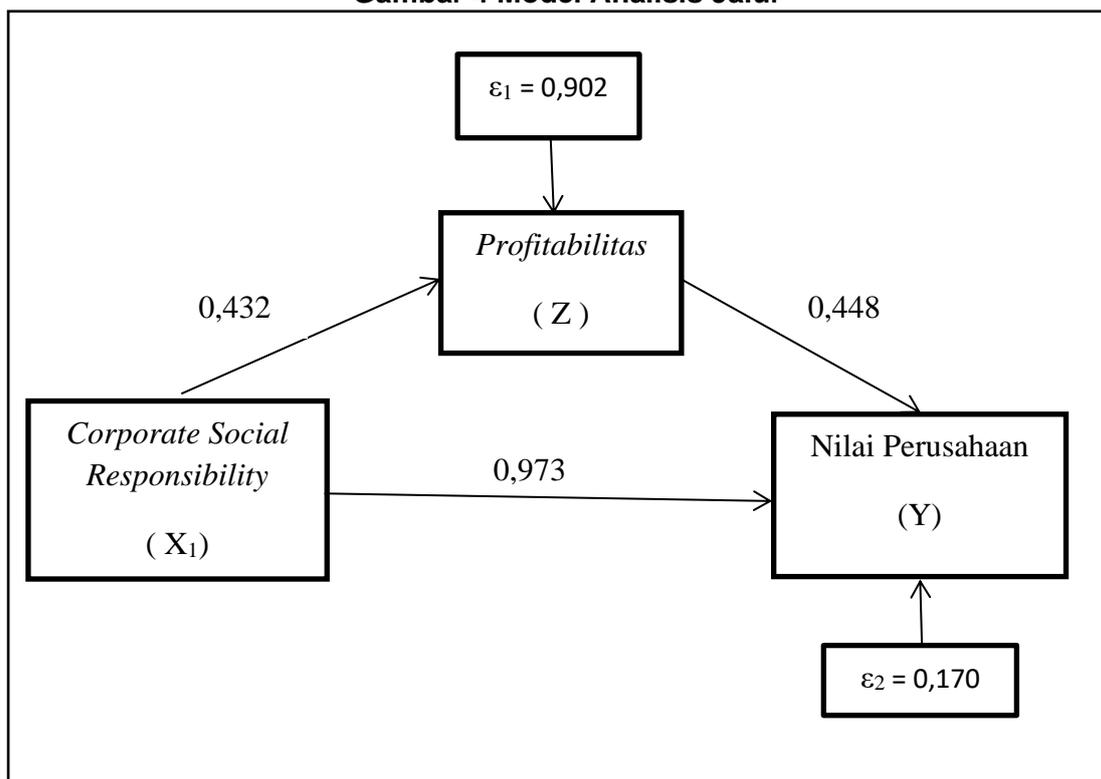
Sumber : Hasil Perhitungan (2022)

Tabel menunjukkan cenderung terlihat faktor CSR mempunyai nilai t hitung lebih menonjol dari pada t tabel dengan tingkat kepentingan 0,05 yaitu 2,361. Dengan cara itu dapat dikatakan bahwa koefisien mediasi membuat perbedaan yang luar biasa dan memiliki dampak mediasi.

#### d. Analisis Jalur

Mengingat uji asumsi klasik yang telah selesai, sangat mungkin terlihat bahwa informasi pada tinjauan ini biasanya disesuaikan dan tidak ada heteroskedastisitas. Sehingga, informasi yang dapat diakses mengatup syarat mempergunakan model analisis jalur. Analisis jalur dipergunakan untuk memutuskan dampak melingkar melalui faktor perantara, konsekuensi uji ilmiah digunakan untuk melihat dampak mana yang lebih menonjol antara dampak langsung dan dampak balik, untuk memutuskan adanya faktor perantara yang dapat memperkuat atau melemahkan efek bebas di dependen.

**Gambar 4 Model Analisis Jalur**



Mengingat gambar diatas, maka untuk mencari pengaruh tidak langsungnya ialah sebagai berikut :

$$PTL (X-Y) = P_1 \times P_2$$

$$PTL (X-Y) = 0,432 \times 0,448$$

$$PTL (X-Y) = 0,194$$

Keterangan :

PTL (X-Y) : Pengaruh tidak langsung CSR terhadap Nilai perusahaan

P<sub>1</sub> : Pengaruh langsung CSR terhadap *profitabilitas*

P<sub>2</sub> : Pengaruh langsung *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Mengingat hasil uji diatas CSR berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan sebesar 0,994 dan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR berpengaruh tidak langsung melalui faktor intervening yakni *profitabilitas* sebesar 0,194, sehingga *profitabilitas* mampu memperlemah pada perantara CSR berpengaruh terhadap nilai organisasi.

Pengujian ini memiliki satu faktor bebas, satu faktor lingkungan dan satu faktor perantara, dinyatakan pada persamaan yakni :

a. Persamaan pertama

$$Z = \beta_1 X + \varepsilon$$

$$Z = 0,432X + 0,902$$

b. Persamaan kedua

$$Y = \beta_2 X + \beta_3 Z + \varepsilon$$

$$Y = 0,973X + 0,448Z + 0,170$$

Keterangan :

Z : Faktor *profitabilitas*

B : Beta dari faktor

X : *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Y : Nilai perusahaan

$\varepsilon$  : eror

## 5. Pembahasan

### Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Mengingat uji coba faktor CSR yang mempengaruhi nilai perusahaan, CSR mempengaruhi nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa spekulasi utama diakui. Efek samping dari konsentrasi juga menunjukkan bahwa ukuran eksposur CSR mempengaruhi perluasan nilai perusahaan. Keberadaan CSR pada perusahaan diharapkan mampu membantu perusahaan pada mendapatkan citra perusahaan disekitar lingkungan masyarakat. Dengan citra perusahaan meningkat, begitu nilai perusahaan tentu saja akan bertambah juga. Tujuan utama organisasi pada program CSR ialah untuk memperluas nilai organisasi. Pertumbuhan program CSR tentu akan menimbulkan kesejahteraan bagi masyarakat di sekitar perusahaan.

Dengan CSR perusahaan menunjukkan kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Nilai organisasi juga dapat dilihat dari biaya persediaan suatu organisasi. Pada tinjauan ini, sesuai dengan eksplorasi masa lalu, banyak juga yang menyatakan bahwa kewajiban sosial perusahaan (CSR) pada dasarnya mempengaruhi nilai perusahaan. (Hosana & Juniarti, 2016) (Fitri & Herwiyanti, 2015) (Agustine et al., 2014). Dengan begitu hipotesis pada penelitian ini diterima yaitu H<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Variabel *Profitabilitas* sebagai Variabel Mediator pada Hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan

Mengingat pengujian faktor intervening yakni *profitabilitas* pada hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, menghasilkan bahwa *profitabilitas* dapat mengurangi dampak CSR pada nilai perusahaan. Sangat mungkin terlihat bahwa dampak memutar lebih sederhana daripada dampak langsung CSR pada nilai perusahaan. Dengan demikian, manfaat di sini belum memiliki pilihan untuk mengintervensi CSR pada nilai perusahaan. Hal ini pandemi Covid 19 yang sempat menimbulkan kehebohan di sekitar kota yang menyebabkan penurunan pendapatan pada perusahaan. Namun pada penelitian ini terjadi mediasi karena semua berpengaruh signifikan. Dengan begitu pada penelitian ini hipotesis ditolak yaitu : H<sub>2</sub> : *Profitabilitas* yang tinggi memperkuat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## 6. Kesimpulan Simpulan

Berdasarkan pengujian dampak CSR, itu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menghasilkan CSR dapat menambah nilai perusahaan dan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Profitabilitas* sebagai perantara pada dampak CSR pada nilai perusahaan dapat memperlemah pengaruh secara tidak langsung. Karena pada masa pandemi ini banyak investor yang melihat program CSR pada perusahaan. Program CSR sangat perlu dilakukan untuk mendukung dari nilai perusahaan yang banyak berkontribusi pandangan masyarakat sekitar perusahaan tentu akan berbeda dengan program CSR. Karena CSR memberikan keuntungan jangka panjang bagi organisasi sebagai jenis jaminan bagi mitra untuk kepuasan asumsi berbeda yang mereka butuhkan.

Meskipun para analis telah berusaha untuk merencanakan dan mengembangkan pengujian ini, ada batasan tambahan, tepatnya tahun penelitian tidak lama, hanya 3 tahun dan pengujian ini hanya untuk organisasi makanan dan minuman.

### Saran

Mengingat akhir dan batasan yang telah digambarkan di atas, ide untuk eksplorasi tambahan: pemeriksaan lebih lanjut dapat mengarahkan penelitian pada kerangka waktu yang lebih panjang. Serta tidak berfokus pada satu sektor saja. Bagi pengguna informasi dapat melihat nilai *profitabilitas* pada menilai perusahaan.

### Daftar Pustaka

- Agustine, I., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. 2(1), 42–47.
- Akuntansi, J., Pelita, B., & Juni, B. N. O. (2018). *Jurnal akuntansi bisnis pelita bangsa-vol 3 no.1 – juni 2018*. 3(1).
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial pada Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Dahlia, Lely, dan Sylvia Veronica Siregar. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak.
- Fitri, R. A., & Herwiyanti, E. (2015). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Riana Anugrah Fitri Eliada Herwiyanti 1. *Jurnal Akuntansi*, 59–76.
- Ghozali, I. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Herawati, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Faktor dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Hosana R.P., E., & Juniarti. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Property, Real Estate, dan Konstruksi. *Business Accounting Review*, 4(1), 37–48. <https://www.neliti.com/publications/185130/>
- Kuntari, Y. dan A. Sulistyani, 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. *ASET*. Volume 9.

- Kusumadilaga, R., 2010. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Faktor Moderating. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nahda, K., & Harjito, D. A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Faktor Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art1>
- Nurbaiti, Siti Robiah dan Bambang, Aziz Nur. (2017). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat pada Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility. *Proceeding Biology Education Conference*, Vol.14 No.1, pp.224-228.
- Oktariko, Bagas. (2018). Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Faktor Moderating. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 17(4), 607–618. <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i4.1188>
- Program, M., & Ilmu, S. (2016). *EVALUASI PELAKSANAAN PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL PT . INDONESIA PRATAMA PADA MENINGKATKAN KESEJAHTERAN MASYARAKAT*. 4(2), 727–740.
- Rahayu, Fitri Ayu, & Mildawati, T. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variable Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(9), 1–19.
- Rosiana, G. A. M. E., G. Juliarsa., dan M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSRTerhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Faktor Pemoderasi. *E-JurnalAkuntansi Universitas Udayana*. Vol. 5(3): 723-738.
- Stacia, Evelyn & Juniarti (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 81–90. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559>