

Peran profitabilitas dalam memoderasi pengaruh corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *good and consumer* di BEI tahun 2018-2020

Mutia Hanna Masitha, Hadiah Fitriyah*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B Sidoarjo, Jawa Timur, 61215 Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: hadiah@umsida.ac.id

Paper received: 1-7-2022; revised: 22-7-2022; accepted: 29-7-2022

Abstract

The capital market has an important role to be able to encourage economic activity, generally for countries that have a market economy system. The motivation behind this examination is to look at and dissect the immediate or directing impact of the job of productivity in directing the impact of Corporate Social Responsibility (CSR) revelation on the worth of organizations in the great and customer area on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2020 period. Quantitative strategies were utilized in this exploration, with the populace being producing organizations in the Good and Consumer area, then according to the criteria from the researcher, the sample was determined so that 17 companies were found during 3 years of observation, namely 51 financial reports, then the use of indicators in this research for CSRI variables using the CSR Index, The profitability variable uses ROA then the firm value variable uses Tobins'Q, then with the help of Smart PLS the data that has been collected is calculated with the results of the hypothesis test assessment found that 1) Firm worth can be impacted by Corporate Social Responsibility (CSR) revelation, 2) , Firm worth which is affected by Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure cannot be moderated by Profitability, so for the results of testing the first hypothesis there is acceptance while the second hypothesis is rejected.

Keywords: profitability; corporate social responsibility disclosure; company value

Abstrak

Sekarang ini pasar modal memiliki peran penting untuk dapat mendorong aktivitas ekonomi, umumnya terhadap negara yg memiliki sistem ekonomi pasar. Tujuan dalam riset ini yaitu untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara langsung atau moderasi dari peran profitabilitas dalam memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan sektor *good and consumer* di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Metode secara kuantitatif pada riset ini digunakan, dengan populasi adalah perusahaan manufaktur sektor *Good and Consumer* kemudian secara kriteria dari peneliti penetapan sampel sehingga ketemu 17 perusahaan selama 3 tahun pengamatan yakni sejumlah 51 laporan keuangan kemudian penggunaan indikator pada riset ini untuk variabel CSRI menggunakan CSR Index, Variabel proriftabilitas menggunakan ROA kemudian variabel nilai perusahaan menggunakan Tobins'Q, kemudia dengan bantuan Smart PLS data yang sudah terkumpul tersebut dilakukan perhitungan dengan hasil penilaian uji hipotesis ditemukan bahwa 1) Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, 2) ,Nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure tidak mampu dimoderasi oleh Profitabilitas, sehingga untuk hasil pengujian hipotesis pertama terjadi penerimaan sedangkan hipoteiss kedua terjadi penolakan.

Kata kunci: profitabilitas; corporate social responsibility disclosure; nilai perusahaan

1. Pendahuluan

Sekarang ini pasar modal memiliki peran penting untuk dapat mendorong aktivitas ekonomi, umumnya terhadap negara yg memiliki sistem ekonomi pasar. Pasar modal terbuka merupakan sumber dana pembiayaan sebagai pendapatan modal yang biayanya terjangkau

dan sebagai wadah dalam berinvestasi jangka pendek. Keuangan pasar modal yang menyediakan modal menjadi fungsi sumber dana yang dibutuhkan oleh pemangku kepentingan dengan secara langsung sehingga tidak melibatkan secara pribadi dalam operasi perusahaan [1]. Kemajuan budaya politik serta ilmu pengetahuan dapat mendorong kemajuan sebuah perusahaan yang dapat digunakan untuk mendukung dunia bisnis agar secara cepat dapat melakukan perkembangannya serta dianggap sebagai sesuatu yang positif apabila perusahaan melakukan tanggung jawabnya terhadap lingkungan juga didukung. Kemajuan tersebut secara dasarnya akan menimbulkan kemajuan secara kompleks dari aktivitas usahanya dalam perusahaan hal ini dapat mengacu pada ada target yang diinginkan oleh perusahaan dan supaya aktivitas dapat dijalankan secara mudah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Merupakan sebuah ide yang mendukung tumbuhnya suatu perusahaan secara berkelanjutan hal ini berarti perusahaan harus menyatakan tanggung jawabnya mengenai keadaan sosial yang timbul dalam permasalahan di ruang lingkup perusahaan perusahaan tidak hanya berfokus mengenai yang terdapat dalam hal keuangan [2]. Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat dihargai oleh Investor, karena penilaian mengenai kelangsungan prospek usaha perusahaan secara berkelanjutan dapat ditunjukkan oleh perusahaan yang melakukan praktik CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Corporate Social Responsibility adalah sebagai bentuk bisnis yang berkomitmen dalam melakukan kontribusi perusahaan secara berkelanjutan dalam rangka pembangunan perekonomian keluarga karyawan, bekerja dengan karyawan serta membaaur dengan komunitas masyarakat setempat secara menyeluruh sebagai langkah agar kualitas hidup masyarakat dapat terus meningkat. dengan pengertian tersebut adanya tanggung jawab sosial perusahaan merupakan langkah yang wajib yang harus ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan kebijakan, melakukan tindakan untuk mengambil keputusan supaya kepada masyarakat manfaat tersebut dapat diperoleh [3]. Pentingnya Upaya tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dilakukan hal ini ini agar dapat dilakukan evaluasi serta penilaian bagi stakeholder atau pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan seberapa besar perusahaan memiliki peran dalam memuaskan keinginan para pemangku kepentingan sehingga perusahaan dituntut secara akuntabel dalam melakukan praktik tanggung jawab sosial yang terdapat dalam organisasi. Apabila praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dilakukan dengan baik maka pemangku kepentingan akan memberi dukungan kepada organisasi secara penuh mengenai kegiatan yang telah dilakukan supaya laba dapat tercapai sebagai tujuan utama dalam perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat [4]. [5] Memberikan definisinya mengenai nilai perusahaan sebagai kesediaan dari calon pembeli sebagai bentuk harga yang terdapat dalam perusahaan jika di jual perusahaan tersebut. Ukuran keberhasilan dapat digunakan dari sebuah perusahaan dengan melakukan analisis mengenai nilai perusahaan hal ini berarti pemegang saham dapat meningkatkan kepercayaannya serta terpenuhi kesejahteraan dari pemegang saham merupakan tingginya nilai perusahaan tersebut tercermin. Rasa percaya diri bagi sebuah perusahaan apabila memiliki nilai perusahaan yang tinggi sehingga investor dapat lebih mempercayakan diri kepada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena diperoleh beberapa fenomena yang menunjukkan menurunnya nilai perusahaan, seperti Merosotnya nilai saham pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Harga saham yang turun tersebut disebabkan karena terdapat masalah dari laporan keuangan utamanya disebabkan karena adanya tata kelola perusahaan serta kepemilikan saham yang kurang terstruktur. Oleh karena, nilai perusahaan sangatlah berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan, terdapat beberapa faktor dalam rangka

meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna mempertahankan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan sesuai dengan fenomena yang telah dibahas tersebut hal ini juga terdapat kajian yang mendukung adanya fenomena ini diantaranya adalah mengenai hasil penelitian yang ditunjukkan oleh [6], [7] dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan mampu dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* namun dalam penelitian lain juga menyebutkan adanya inkonsistensi hasil penelitian yang dilakukan oleh Kushariani dkk., (2018) dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *Corporate Social Responsibility* tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini yang menjadi dasar ketertarikan peneliti dalam melakukan penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan karena dalam tujuan utama perusahaan merupakan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini merupakan harga perusahaan yang akan dibayar oleh calon investor pada perusahaan. Harga saham merupakan indikator dari nilai perusahaan ini artinya apabila harga pada saham terjadi kenaikan maka manajemen berhasil dalam mengelola bisnisnya karena kemajuan manajemen keuangan yaitu meningkatnya nilai perusahaan itu sendiri [9]. Nilai perusahaan mencerminkan nilai pasar, jika harga saham perusahaan naik maka nilai perusahaan dapat memakmurkan yang sebesar-besarnya bagi para pemegang saham [10] [11].

Kemudian penggunaan profitabilitas dipakai sebagai variabel moderasi dalam dicek ini hal ini dikarenakan profitabilitas adalah suatu alat ukur yang digunakan oleh perusahaan sebagai Penentuan nilai keefektifan kinerja dalam sebuah perusahaan hal tersebut berarti tingginya profitabilitas dalam suatu perusahaan maka akan berdampak semakin tinggi juga tingkat profit yang dapat didapatkan oleh suatu perusahaan tersebut sehingga posisi perusahaan akan semakin baik pula dalam rangka penggunaan aset yang terdapat dalam sumber daya perusahaan. Secara teori apabila profitabilitas semakin tinggi yang dapat tercapai dalam sebuah organisasi maka hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin kuat dengan adanya nilai perusahaan. Adanya fenomena tersebut bahwa adanya penelitian yang membuktikan mengenai adanya profitabilitas yang dapat dimoderasi hasil pengaruh dari CSR terhadap nilai organisasi diantaranya adalah hasil riset terdahulu yang dikemukakan oleh [12] dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dapat dimoderasi oleh profitabilitas kemudian penelitian lain menyebutkan adanya inkonsistensi hasil penelitian yaitu penelitian oleh [13] menyebutkan bahwa hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan tidak dapat dimoderasi oleh profitabilitas. Profitabilitas adalah seberapa besar pencapaian sebuah organisasi si untuk mampu dalam melakukan imbal hasil yang didapatkan dari laba operasi terhadap kepemilikan aset yang terdapat dalam perusahaan. Hal ini berarti bahwa profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menunjukkan seberapa besar laba yang didapatkan dalam pengukuran efektivitas dan efisiensi tingkat operasional setelah menggunakan aset dalam perusahaan, nilai pemegang saham merupakan indikator yang penting untuk mempengaruhi seberapa tinggi perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan kepada penanam saham.

Investor yang telah melakukan penanaman sahamnya kepada perusahaan dalam bentuk investasi diberikan keuntungan berupa imbal hasil dalam bentuk deviden sehingga diyakini

bahwa nilai perusahaan akan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas tersebut. Tingginya hutang dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kegagalan bayar dan akhirnya perusahaan menyatakan kepailitan [14]. Sesuai dengan adanya fenomena yang telah dimekukan tersebut mengenai corporate social responsibility, nilai perusahaan dan profitabilitas bahwa dari variabel tersebut peneliti merasa tertarik untuk mengambil sumber penelitian mengenai tersebut maka penelitian ini diambil dengan judul “Peran Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor *Good and Consumer* Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)”.

2. Metode

Pendekatan pada riset penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. [15] menerangkan, design pada observasi berjenis kuantitatif sebagai salah satu metode yang digunakan pada penelitian yang berasaskan pada filsafat positivisme yang diperlukan dalam mempelajari populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data dalam penelitian ini dengan data sekunder, pengujian data berkarakter kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji jawaban sementara yang sudah ditetapkan.

Dalam penelitian yang dilakukan ini berlokasi pada BEI (Bursa Efek Indonesia) dengan periode yang dipilih selama 3 tahun terakhir yaitu 2018-2020. Bursa Efek Indonesia dipilih sebagai tempat yang [16] diamati, hal ini dikarenakan Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu sumber yang memiliki informasi mengenai data yang dibutuhkan oleh peneliti dengan lengkap dan terstruktur secara baik.

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Teori
<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (X)	CSR Indeks	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$	Rasio	[17]
Profitabilitas (Z)	ROA	$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$	Rasio	[16]
Nilai Perusahaan (Y)	Tobin's Q	$Tobin's Q = \frac{MVE + D}{BVE + D}$	Rasio	[18]

Sumber: Data Dalam Penelitian, 2022

Populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian. Menurut [19] populasi merupakan seluruh dari objek penelitian yang dipakai dan diambil dikarenakan dari populasi tersebut masalah dapat dipecahkan sehingga pengambilan populasi dapat mewakili kejadian yang timbul sehingga kesimpulan diambil sebagai hasil akhir dari penelitian, populasi merupakan keseluruhan dari subjek dalam riset ini. Dalam populasi ini ditentukan dengan memberikan pengamatan mengenai objek penelitian pada perusahaan manufaktur sektor *Good and Consumer* yang terdaftar di BEI berjumlah 34 perusahaan.

Sampel memiliki arti yaitu pengertian sampel adalah bagian dari keseluruhan mengenai objek populasi yang dapat diwakili karena karakteristik tersebut dapat dimiliki. Dalam penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan kriteria atau bisa disebut juga purposive sampling dengan kriteria kriteria perusahaan yang dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan *good and consumer* yang terdaftar di BEI
2. Perusahaan yang memiliki laporan keuangan lengkap
3. Perusahaan yang menyatakan dalam rupiah

4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian di tahun pengamatan.

Sesuai dengan hasil pemilihan sampel perusahaan yang akan dilakukan pengamatan sebagai sampel adalah sebanyak 17 perusahaan sebanyak 3 tahun pengamatan selama tahun 2018-2020 jadi total laporan keuangan tahunan yang dijadikan sampel penelitian adalah 17 dikali 3 tahun pengamatan yaitu 51 laporan keuangan tahunan.

Pemakaian data pada riset ini yaitu data sekunder, untuk pengujian data berkarakter kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji jawaban sementara yang sudah ditetapkan.

Dalam penelitian yang dilakukan ini memakai alat analysis dengan PLS (*Partial Least Square*), dalam pengujian hipotesis hipotesis yang telah diajukan pada bab sebelumnya yang dalam analisisnya menggunakan bantuan olah data *software SmartPLS* untuk menguji pengaruhnya antara variabel baik secara langsung atau mediasi.

Observasi ini memakai pengujian regresi *partial* atau PLS (*Partial Least Square*) dalam menganalisis ketiga jawaban sementara yang diusulkan pada observasi ini. Setiap jawaban sementara akan diuji memakai aplikasi *SmartPLS* dalam menganalisis korelasi pada variabel : [20][20] berpendapat Prediksi pengukuran tolok ukur pada *Partial Least Square* meliputi tiga (3) hal yakni:

1. Penduga bobot, dipergunakan dalam membentuk nilai variabel konstruk.
2. *Path estimate*, korelasi variabel laten & estimasi loading terhadap variabel laten dengan indikatornya.
3. Rata-rata (*means*) dan lokasi parameter (intersep, nilai konstanta regresi) untuk indikatornya dan variabel laten.

Supaya memenuhi kriteria tiga (3) hal tersebut, *Partial Least Square* (PLS) memakai proses iterasi (perulangan) dalam 3 tahapan dan tiap tahapan mendapatkan perkiraan. Tahapan yang pertama mendapatkan penduga bobot, kemudian tahapan yang kedua memperoleh perkiraan untuk inner bentuk dan outer bentuk. dan tahapan yang terakhir mendapatkan perkiraan rata-rata dan lokasi (konstanta).

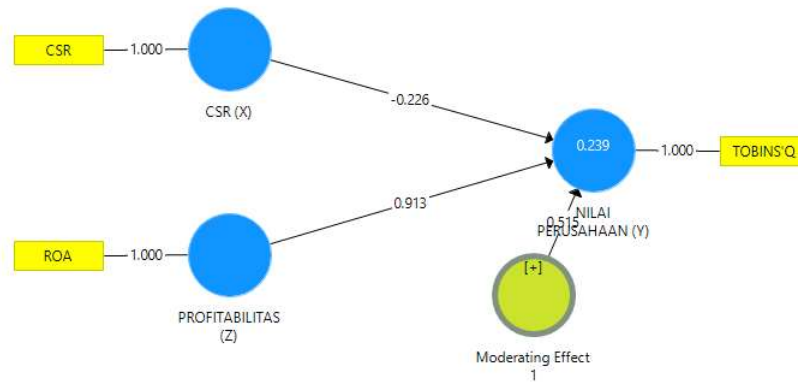
Hipotesis Dalam penelitian ini diuji dengan menganalisis perbandingan nilai signifikansi dari *P value* Jika *nilai P value* melebihi 0,05 maka hipotesis Dalam penelitian ini dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan begitu pula sebaliknya. Dalam riset ini dipakai dasar signifikansi senilai 5% apabila nilai signifikansi kurang dari 5% maka pada pengujian dinyatakan ada pengaruh.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

3.1.1. Outer Model

Riset yang dilakukan ini dilakukan evaluasi model pengukuran dilakukan dengan cara menganalisis dan menguji setelah seluruh data dimasukkan dengan hasil yang diperoleh yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* dan pengujian reliabilitas *cronbach alpa* Evaluasi hubungan dari indikator dengan *Construct* nya merupakan pengukuran dalam evaluasi model ini.



Gambar 1. Hasil Convergent Validity
Sumber: Data Dalam Penelitian, 2022

Pada Gambar 1 setelah dilakukan eliminasi maka data dianggap telah memenuhi syarat yaitu nilai *loading* faktor bernilai melebihi 0.6 (>0.6). Maka dapat disimpulkan data konstruk memiliki validitas yang baik.

Nilai dari komposit *reliability* dan *cronbach Alpha* dilakukan sebagai pemeriksaan kedua dalam penelitian ini berikut hasil perhitungan dari *composite reliability* dan *cronbach Alpha*:

Tabel 2. Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>
CSR (X)	1.000
Efek moderasi 1	1.000
Nilai perusahaan (Y)	1.000
Profitabilitas (Z)	1.000

Sumber: Lampiran Output SmartPLS

Tabel 3. Cronbachs Alpha

	<i>Cronbachs Alpha</i>
CSR (X)	1.000
Efek moderasi 1	1.000
Nilai perusahaan (Y)	1.000
Profitabilitas (Z)	1.000

Sumber: Lampiran Output SmartPLS

Nilai *cronbach's Alpha* pada Tabel 3 juga menunjukkan nilai di atas 0,9 untuk masing-masing struknya hal ini juga mengindikasikan bahwa nilai konstruk *cronbach's Alpha* sangat baik.

Tabel 4. Average Variance Extracted

	<i>Average Variance Extracted</i>
CSR (X)	1.000
Efek Moderasi 1	1.000
Nilai perusahaan (Y)	1.000
Profitabilitas (Z)	1.000

Sumber: Lampiran Output SmartPLS

Dengan demikian pada Tabel 4 tunjukkan hasil validity terpenuhi karena nilai dari masing-masing konstruk di atas 0,5.

Tabel 5. Diskriminan Validity Cross Loading

	CSR (X)	EFEK MODERASI 1	NILAI PERUSAHAAN (Y)	PROFITABILITAS (Z)
CSR (X)	1.000			
Efek moderasi 1	0.093	1.000		
Nilai perusahaan (Y)	-	-0.263	1.000	
Profitabilitas (Z)	-	-0.960	0.538	1.000

Sumber: Data Dalam Penelitian, 2022

Pada Tabel 5 pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. *Cross loading* nilai korelasi indikator terhadap konstraknya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi indikator terhadap konstruk lainnya berarti indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *discriminant validity*.

3.1.2. Inner Model (Model Pengukuran)

Agar hubungan antar konstruk dapat dianalisis maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian *Inner* model dengan analisisnya melalui *R Square*:

Tabel 6. R Square

	R-Square
Nilai Perusahaan (Y)	0.239

Sumber: Data Dalam Penelitian, 2022

Nilai dari *R-Square* pada Tabel 6 sebesar 0.239 berarti nilai kontribusi konstruk nilai perusahaan dapat dijelaskan variansi datanya oleh konstruk *CSR (X)*, dan profitabilitas (*Z*) dan interaksinya sebesar 23.9 % sedangkan 75.1% dapat dijelaskan oleh konstruk lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini dan tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 7. Path Coefficients dengan Botstraping Smart Pls

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	P Value
CSR (X) -> nilai perusahaan (Y)	-0.226	-0.178	0.128	2.121	0.048
Efek Moderasi 1 -> nilai perusahaan (Y)	0.515	0.306	0.538	0.958	0.339

Sumber: Output Smart PLS (2022)

Uji hipotesis 1 “Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor good and consumer di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)”.

Konstruk pengujian dari uji hubungan antar konstruk *corporate social responsibility* (CSR) *disclosure* terhadap nilai perusahaan. Nilai T statistik pada pengujian diatas bernilai 2.121, melebihi nilai t tabel sebesar 1.96 (T statistic 2.121 < T tabel 1.96) dan nilai P Value sebesar 0.048 nilainya kurang dari 0.05 (P Value 0.048 < T tabel 0.05), dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *good and consumer* di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Hipotesis ke 1 dapat diterima.

Uji hipotesis 2 “Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan sektor good and consumer di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020”.

Konstruk moderating effect 1 dari uji hubungan antar konstruk (konstruk interaksi antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* dengan profitabilitas sebagai variabel moderating) tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai T statistik pada pengujian diatas bernilai 0.126, kurang dari nilai t tabel sebesar 1.96 (T statistic 0.958 < T tabel 1.96) dan nilai P Value sebesar 0.339 nilainya melebihi 0.05 (P Value 0.339 > T tabel 0.05), dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan yaitu profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* terhadap nilai perusahaan sektor *good and consumer* di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Hipotesis ke 2 tidak dapat diterima.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil pengujian dari uji hubungan antar konstruk *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *good and consumer* di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Nilai T statistik pada pengujian diatas bernilai 2.121, melebihi nilai t tabel sebesar 1.96 (T statistic 2.121 < T tabel 1.96) dan nilai P Value sebesar 0.048 nilainya kurang dari 0.05 (P Value 0.048 < T tabel 0.05), sehingga hasil penelitian menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pelaksanaan tanggungjawab sosial merupakan suatu komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui sumber daya yang dimiliki perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan merupakan fenomena positif di lingkungan bisnis yang menunjukkan peningkatan kesadaran bahwa jika perusahaan ingin tumbuh secara berkelanjutan maka perusahaan tidak semata-mata mengejar keuntungan tetapi juga harus menjaga aspek sosial dan lingkungan. Pengujian langsung pada penelitian ini bukan merupakan variabel yang mampu mempengaruhi memperlemah hubungan antara variabel hal ini dikarenakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) *disclosure* berpengaruh memperlemah terhadap nilai perusahaan dengan nilai perusahaan sebesar -0.226 yang menunjukkan hubungan yang negatif hal ini mengindikasikan bahwa penerapan tanggung jawab sosial harus terus ditingkatkan agar nantinya dapat terus memperkuat untuk tumbuhnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dalam penelitian terdahulu oleh [6], [7], [21] dengan hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan Hal ini dikarenakan adanya anggapan dari investor ketika perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial secara aktif serta dalam posisi baik nilai perusahaan tersebut berada ada dianggap organisasi memiliki kinerja

sosial yang baik sehingga akan dapat berdampak pada reputasi perusahaan dalam memperoleh sisi positif sehingga hal ini akan mengakibatkan perusahaan mendapatkan modal yang baik di pasar hutang maupun pasar modal.

3.2.2. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil pengujian menunjukkan konstruk moderating *effect 1* dari uji hubungan antar konstruk (konstruk interaksi antara CSR dengan profitabilitas sebagai variabel moderating) tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai T statistik pada pengujian diatas bernilai 0.126, kurang dari nilai t tabel sebesar 1.96 (T statistic 0.958 < T tabel 1.96) dan nilai P Value sebesar 0.339 nilainya melebihi 0.05 (P Value 0.339 > T tabel 0.05), sehingga hasil penelitian menunjukkan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure* terhadap nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR merupakan strategi jangka panjang, sehingga untuk menikmati hasil pelaksanaan CSR yang tercermin dalam kinerja perusahaan membutuhkan waktu cukup lama, sehingga wajar jika dalam jangka pendek pelaksanaan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh profitabilitas. Moderating effect 1 pada penelitian ini bukan merupakan variabel yang dapat memoderasi secara murni hal ini dikarenakan bahwa tidak adanya pengaruh antara moderating effect 2 terhadap penghindaran pajak dan nilai koefisien yang positif dari variabel moderating effect 1 terhadap nilai perusahaan sebesar 0.515 yang menunjukkan hubungan yang positif. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang besar belum bisa memberikan jaminan bahwa perusahaan mampu menerapkan tanggung jawab sosial dengan baik, hasil dalam riset ini konsisten dengan hasil penelitian oleh [8] yaitu hasil mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun dalam riset ini tidak sejalan dengan [12] bahwa Profitabilitas memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Jika profitabilitas semakin tinggi hal ini akan mengakibatkan nilai perusahaan tersebut akan menjadi di sinyal yang positif bagi para pelaku investasi dalam melakukan kegiatan investasinya. Di samping adanya informasi keuangan bentuk informasi lain juga dapat disampaikan oleh perusahaan yang menyangkut kepada informasi dari pihak luar Salah satu informasi tersebut adalah diungkapkannya tanggung jawab sosial. Apabila profitabilitas dalam sebuah organisasi tinggi dibarengi dengan tanggung jawab sosial yang diungkapkan juga tinggi Maka investor menganggap nilai positif yang terdapat dalam suatu perusahaan akan semakin meningkat sehingga adanya ketertarikan dari calon investor untuk melakukan investasinya kepada perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang baik dan juga penerapan CSR yang diungkapkan juga baik.

4. Simpulan

Simpulan penelitian dari dasar analisa uji praduga sementara yang telah dilakukan untuk menjawab hipotesis di pembahasan yang telah dikemukakan maka simpulan dalam penelitian ini diuraikan antara lain, Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure* Nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure* tidak mampu dimoderasi oleh Profitabilitas.

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Dengan terselesaikan penelitian ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada: (1) Puji syukur kehadirat Tuhan YME yang mana diberi kelimpahan rezeki, kesehatan serta kelancaran

fikiran karena telah dapat menyelesaikan riset ini tepat waktu. (2) Terima kasih banyak yang sebesar besarnya kepada orang tua peneliti ayah dan ibu yang hingga saat ini telah memberikan dukungan tiada henti hentinya serta do'a yang dipanjatkan kedua orang tua agar penulis mampu menempuh dan memperoleh gelar sarjana. (3) Terima kasih banyak yang sebesar besarnya bagi pihak Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang mana adalah tempat penulis menimba ilmu utamanya bagi dosen wali jurusan Akuntansi B1, serta dosen-dosen pembimbing dan penguji yang telah memberikan arahan serta kritik dan saran agar penelitian ini lebih sempurna hingga mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun empiris. (4) Terima kasih banyak yang sebesar besarnya untuk teman seangkatan tahun 2018 yang terus memberikan semangat serta memotivasi supaya peneliti dapat terus menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.

Daftar Rujukan

- [1] S. Husnan dan E. Pudjiastuti, *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Keenam Cetakan Pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN, 2017.
- [2] Rosiana dan Sari, "Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi," *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, hal. 723–738, 2013.
- [3] R. Rahman, *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: Buku Kita, 2009.
- [4] C. Pohan, *Manajemen Perpajakan Strategi Perpajakan dan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- [5] I. G. A. D. N. Yanti dan N. P. A. Darmayanti, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman," *E-Jurnal Manaj.*, vol. 8, no. 4, 2019, doi: DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p15>.
- [6] Susanti, "Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Go Public yang Listed Tahun 2005–2008).," Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang., 2012.
- [7] A. W. Wirawan, L. J. Falah, L. Kusumadewi, D. Adhariani, dan C. D. Djakman, "The Effect of Corporate Social Responsibility on the Firm Value with Risk Management as a Moderating Variable," *J. Asia-Pacific Bus.*, 2020.
- [8] A. Kushariani, R. Ananda, dan M. R. Riandi, "Effect Of Corporate Social Responsibility, Profitability, And Corporate Governance On Company Value," *J. Akunt. Trisakti*, vol. 5, no. 1, hal. 95–108, 2018, doi: <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v5i1.4863>.
- [9] Dianawati dan Fuadati, "Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai Variabel Intervening," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, hal. 1–20, 2016.
- [10] Arianti dan Putra, "Pengaruh Profitabilitas Pada Hubungan Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan," *urnal Ilm. Manaj. Akunt.*, hal. 20–46, 2018.
- [11] Saputra, "pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *JOM FISIP*, vol. 5, hal. 1–9, 2018.
- [12] Z. MACHMUDDAH, D. W. SARI, dan D. UTOMO, "Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesia," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 7, no. 9, hal. 631–638, 2020, doi: [doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.631](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.631).
- [13] N. L. L. Rahmantari, N. W. Sitiari, dan I. B. A. Dharmanegara, "Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange," *J. Ekon. dan Bisnis Jagaditha*, vol. 6, no. 2, hal. 121–129, 2019.
- [14] K. R. Jemani dan T. Erawati, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan manufaktur Yang Terdaftar Di BEI," *J. Kaji. BISNIS*, vol. 28, no. 1, 2020.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung, 2014.
- [16] K. Onasis dan Robin, "No Title," *Pengaruh Tata Kelola Perusah. Terhadap Nilai Perusah. Pada Perusah. Sekt. Keuang. Yang Terdaftar Di BEI*, vol. 35, hal. 154–164, 2016.

- [17] R Haniffa, "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective". Indonesian Management Research," *Manag. Res.*, 2015.
- [18] Hery, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo, 2017.
- [19] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [20] W. Abdillah dan Jogiyanto, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, 1 ed. Yogyakarta: Andi, 2015.
- [21] R. Hidayat, "Pengaruh debt to equity ratio, debt to asset ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *J. Stud. Akunt. Keuang.*, vol. 2, 2020.