

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)

Risal Rinofah¹⁾, Ratih Kusumawardani²⁾, Prahadhita Nerissa Putri³⁾*

^{1,2,3)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta
Corresponding Author : rissaputri0804@gmail.com*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan Tobin's Q. Corporate social responsibility dan profitabilitas sebagai variabel independen dan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 sebanyak 29 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan untuk pengujian hipotesis dengan metode regresi berganda dan Moderating Regression Analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu memperkuat hubungan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Nilai Perusahaan*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of corporate social responsibility on firm value with profitability as a moderating variable. This research is a quantitative research with firm value as the dependent variable. Firm value in this study was measured by Tobin's Q. Corporate social responsibility and profitability as independent variables and profitability as moderating variables. The sample of this research is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2019 period as many as 29 companies. The sampling technique in this study used a purposive sampling method with certain criteria. Data analysis was carried out by classical assumption test and for hypothesis testing with multiple regression methods and Moderating Regression Analysis. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility has a positive and significant effect on firm value. Profitability has a positive and significant effect on firm value. And profitability as a moderating variable is able to strengthen the relationship of corporate social responsibility to firm value.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Profitability, Company Value*

1. Pendahuluan

Pembangunan suatu negara tidak hanya menjadi tanggungjawab suatu instansi pemerintah saja, tetapi setiap manusia memiliki peranan dalam terwujudnya kesejahteraan sosial masyarakat. Dalam hal ini, dunia usaha juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik lagi di suatu negara, dengan mempertimbangkan faktor lingkungan. Tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini, memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Tidak hanya mengikuti tren yang terjadi saat ini, tetapi juga mampu memahami esensi perusahaan. Hal ini didukung oleh sebuah penelitian yang mengklaim bahwa *Corporate*

Social Responsibility (CSR) adalah sebuah gagasan, sehingga perusahaan tidak hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan saja (*Single bottom line*), tetapi juga perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek termasuk diantaranya adalah aspek keuangan, sosial, dan lingkungan (*Triple bottom line*) karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tersebut dapat tumbuh secara berkelanjutan atau *sustainable* (Wahyuni, 2018).

Menurut Rahmawati, (2021), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah konsep tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan berupaya menyeimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan untuk mendorong dunia usaha agar lebih mengembangkan kegiatan perusahaannya agar tidak menimbulkan dampaknegatif bagi masyarakat. Menurut Saputra (2018), Suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan, sehingga dapat menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Perusahaan membutuhkan suatu respon positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada *stakeholder* termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Maka dari itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan dalam menilai apakah perusahaan tersebut sudah melaksanakan tanggungjawabnya terhadap internal maupun eksternal perusahaan dengan baik.

Penelitian Ogachi and Zoltan (2020), Shim *et al.*, (2021) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Wahyuni (2018), mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang kontradiktif. Oleh karena itu, diperlukan peran moderating untuk memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan, yaitu profitabilitas.

Menurut Leptasari and Retnani (2018), Profitabilitas merupakan salah hal penting yang harus dimiliki perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan bisnis. Dengan meningkatkan keuntungan perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan ikut meningkat. Nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek yang baik bagi perusahaan. Sehingga sudut pandang pemegang saham akan merespon positif dan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Komala *et al.*, 2021).

2. Kajian Pustaka

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Menurut Yanti, NLE Karisma (2021), Teori stakeholder mengungkapkan bahwa suatu perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi demi kepentingan perusahaan itu sendiri, melainkan perusahaan tersebut harus dapat memberikan manfaat bagi stakholder. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk konsistensi perusahaan dalam memperhatikan kepentingan stakeholder yang diharapkan dapat menjaga kestabilan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan dapat menjelaskan kepentingan manajemen dan pemegang saham seringkali bertentangan sehingga dapat menimbulkan konflik diantara mereka (*agency problem*). Salah satu sudut pandang dari teori keagenan adalah *conflict resolution hypothesis* mengungkapkan bahwa suatu perusahaan dengan menjalankan *Corporate*

Social Responsibility (CSR) akan mengurangi timbulnya konflik (*agency problem*) di antara manajer dengan pihak lain termasuk *stakeholder*, yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan hanya dapat bertahan bila masyarakat dimana perusahaan itu berada merasa bahwa perusahaan tersebut beraktivitas berdasarkan nilai yang sepadan dengan system nilai yang dimiliki oleh masyarakat setempat (Suryati, Alfosa Klofida, 2019).

Nilai Perusahaan

Suatu Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur dari berbagai aspek salah satunya melalui harga pasar saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat menunjukkan suatu kondisi perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut dan sebaliknya (Setyabudi, 2021). Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan *Tobin's Q* dengan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{MVE + D}{TA}$$

Keterangan :

Q : Nilai Tobin's Q

TA : Total Aset

MVE : Nilai pasar saham (Jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikali dengan harga saham penutup)

D : Nilai buku total hutang

Corporate Social Responsibility (CSR)

Nabila and Wuryani (2021,) menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen atau kontribusi yang dibuat perusahaan untuk membantu perekonomian secara berkelanjutan dengan menerapkan praktik usaha yang baik seiring dengan peningkatan kualitas hidup karyawan, masyarakat, dan komunitas.

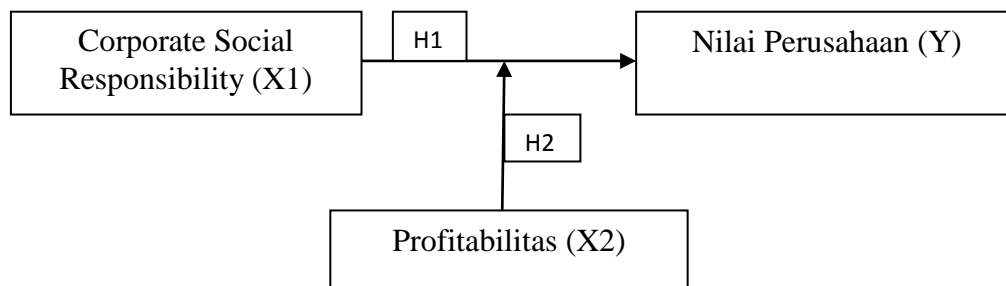
Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan berpedoman pada GRI. Rumus dari perhitungan CSR adalah sebagai berikut Fangestu, Frendy et al,(2020) :

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item untuk perusahaan}}{91 \text{ item CSR Versi GRI}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah tolak ukur perusahaan yang dapat dinyatakan memiliki kinerja perusahaan yang baik atau buruk dalam beroperasi. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat dianggap sebagai sinyal perusahaan untuk menarik para investor agar menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut. Salah satu jenis pengukuran rasio profitabilitas menggunakan rasio *Retrun On Equity* atau ROE :

$$\text{Retrun On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Equitas}}$$



Berdasarkan kerangka pikir diatas, peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasinya.

Keterangan :

- H1 : Corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H3 : Profitabilitas memoderasi pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan dormat tersektur seperti statistik (Rochmah, S. Ainur and Fitria, 2017).

Populasi Dan Sampel

Dalam buku Sugiyono 2016 : 177 dalam jurnal Hardiana, Amah dan LanggengNik (2019), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019.

Menurut buku Sugiyono (2016: 118) dalam jurnal Hardiana, Amah and LanggengNik (2019), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini terdapat 29 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 yang digunakan sebagai sampel penelitian ini.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data digunakan dalam penelitian ini adalah *annual report* perusahaan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id atau dari website resmi dari perusahaan tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan dua tahap yaitu dilakukan dengan studi pustaka dan pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id ataupun dari situs resmi perusahaan-perusahaan tersebut dengan menelusuri laporan tahunan (*annual report*) yang sudah terpilih menjadi sampel.

Tempat Dan Waktu Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia melalui media sosial dengan situs resmi dari Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Penelitian ini dilakukan sejak awal bulan Oktober 2021- Desember 2021.

Uji Kualitas Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis yang menggambarkan suatu data dari seluruh variabel untuk mengetahui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum.

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui nilai-nilai koefisiennya. Uji Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak, Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi yang dihasilkan terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen, Uji Heterokedastisitas berarti terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama atau konstan, Uji Autorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi diantara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1).

Pengujian hipotesis merupakan pengujian yang didasarkan pada bukti sampel penelitian yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis merupakan pernyataan yang wajar dan hipotesis tersebut diterima, atau sebaliknya yaitu suatu hipotesis tersebut tidak wajar dan hipotesis tersebut ditolak. Adapun metode dalam pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang digunakan sebagai berikut :

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk melihat hubungan atau relasi yang terjadi antara variabel dependen dengan sejumlah variabel independen. Bentuk regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut (M.Iqbal Hasan, 2013 : 269) dalam jurnal Rio, Husnatarina and Oktavia (2020).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel dependen (Nilai Perusahaan)
- X₁ = Variabel independen (Corporate Social Responsibility)
- X₂ = Variabel independen (Profitabilitas)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = residual (*error*)

Koefisien Determinal

Uji koefisien determinal dilakukan untuk mengetahui tingkat kontribusi variabel dependen (X) yaitu variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap variabel independen yaitu Nilai perusahaan.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji ketetapan model regresi linear berganda. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikansi dari nilai F. Jika nilai signifikan uji F < 0,05 atau F hitung > F tabel menunjukkan bahwa model yang dihasilkan layak untuk digunakan pada penelitian (Ningtyas, 2017).

Uji T

Pengujian regresi secara parsial dimaksudkan untuk melihat apakah satu proksi variabel independen secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Nilai sig < 0,05 dan t hitung > t tabel

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen

Moderating Regression Analysis (MRA)

Penelitian ini menggunakan variabel permoderasi untuk mengetahui apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

Uji regresi moderasi ini menggunakan metode uji interaksi (MRA) dimana persamaan regresi mengandung unsur interaksi perkalian kedua variabel antara variabel independen dengan variabel moderasi (Fauziah, Izza Noor and Sudiyanto, 2020) Model Persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel dependen (Nilai Perusahaan)
- X₁ = Variabel independen (Corporate Social Responsibility)
- X₂ = Variabel independen (Profitabilitas)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = residual (*error*)

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan barang mentah menjadi barang siap pakai

Statistik Deskriptif

Tabel 1
Descriptive Statistics

	N	Mim	Maxi	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan (Y)	132	.30	4.93	1.6670	1.09490
CSR (X1)	132	.11	.42	.2289	.06141
ROE (X2)	132	.67	32.03	12.8149	7.33586
Valid N (listwise)	132				

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Hasil output tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata dari Nilai Perusahaan (Y) adalah 1,6670 dengan standar deviasi 1,09490. CSR (X1) memiliki rata-rata 0,2289 dengan standar deviasi 0,06141. Profitabilitas (X2) memiliki rata-rata 12,8149 dengan standar deviasi 7,3386.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik yang terdiri dari beberapa pengujian diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas Data

Tabel 2
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		145
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52007034
Most Extreme Differences	Absolute	.145
	Positive	.145
	Negative	-.109
Test Statistic		.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2 diketahui bahwa hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0.000 < 0.05$ sehingga data menunjukkan tidak berdistribusi normal sehingga dilakukan penghapusan data outlier. Berikut hasil normalitas setelah penghapusan data outlier :

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas Setelah Penghapusan Outlier

		Unstandardized Residual
N		132
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.1781384
	Std. Deviation	1.01874195
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.048
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 3 diperoleh hasil uji normalitas setelah penghapusan outlier menunjukkan nilai sebesar 0,200. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari nilai α sebesar 5% atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua residual variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan layak untuk dijadikan objek pengujian.

Uji Multikolineritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolineritas

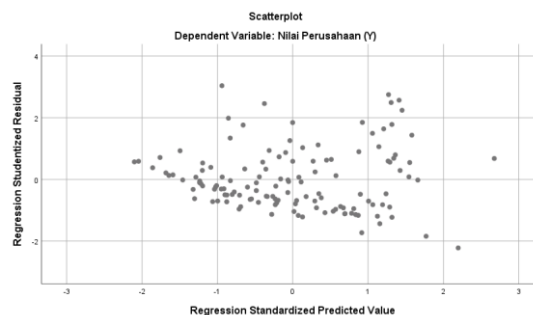
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR (X1)	.990	1.010
ROE (X2)	.990	1.010

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwa semua variabel independen dan moderasi tidak terjadi gejala multikolineritas. Hal ini dapat dilihat pada kolom tolerance, nilai untuk variabel *corporate social responsibility* (X1) adalah 0,990, Profitabilitas (X2) sebesar 0,990. Kedua variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* > 0,10. Sedangkan pada kolom VIF nilai untuk variabel *corporate social responsibility* (X1) adalah 1,010, Profitabilitas (X2) sebesar 1,010, nilai VIF dari seluruh variabel < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolineritas atau dapat dikatakan bebas multikolineritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara merata di atas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y dan plot yang terbentuk memiliki pola yang jelas serta tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala heterosdastisitas sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.563 ^a	.317	.306	.91214	.691

a. Predictors: (Constant), ROE (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5 hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai durbin-watson adalah 0,691. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai durbin-watson berada diantara -2 dan +2 yaitu $-2 < 0,691 < 2$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala autokorelasi.

Uji Hepotesisi

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk menguji hipotesisi H1 dan H2 dengan meregrsi variabel independen (*Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan). Sedangkan untuk menguji hipotesis H3 menggunakan analisis moderasi.

Uji Regresi Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.657	.351		-1.869	.064
CSR (X1)	6.130	1.304	.344	4.700	.000
ROE (X2)	.072	.011	.481	6.577	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5 nilai signifikansi dari kedua variabel independen yaitu *corporate social responsibility* (X1) dan profitabilitas (X2) adalah 0,000 yang artinya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji regresi linier berganda, yakni variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berikut peneliti sajikan persamaan regresi linear pada penelitian ini :

$$Y = 0,344 X_1 + 0,481 X_2 + e$$

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 ^a	.317	.306	.91214

a. Predictors: (Constant), ROE (X2), CSR (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R²), nilai R² (Adjusted R Square) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen atau variabel bebas dalam mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Dari tabel 7 di atas diketahui bahwa nilai R² adalah 0,317, yang artinya bahwa 31,7% menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* dan profitabilitas. Sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 8
Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.716	2	24.858	29.877	.000 ^b
	Residual	107.329	129	.832		
	Total	157.045	131			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

b. Predictors: (Constant), ROE (X2), CSR (X1)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 8 nilai signifikansi dari uji F sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 29,877. Dimana nilai F hitung > dari nilai F tabelnya yaitu 3,06 (29,877 > 3,06). Nilai signifikansi 0,000 < α (0,05). Maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji T

Tabel 9
Hasil Uji T

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.657	.351		-1.869	.064
	CSR (X1)	6.130	1.304	.344	4.700	.000
	ROE (X2)	.072	.011	.481	6.577	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 9 dapat dianalisis model estimasi regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,657 + 6,130 X1 + 0,072 X2 + e$$

Berdasarkan hasil uji t pada variabel *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa t hitung sebesar 4,700, sedangkan t tabel dari penelitian ini adalah 1,97852. Hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel yaitu 4,700 > 1,97852. Nilai signifikan variabel *corporate social responsibility* adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, dikarenakan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji t pada variabel profitabilitas menunjukkan bahwa t hitung sebesar 6,577, sedangkan t tabel dari penelitian ini adalah 1,97852. Hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel yaitu 6,577 > 1,97852. Nilai signifikan variabel profitabilitas adalah 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, dikarenakan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Moderating Regression Analysis (MRA)

Tabel 10
Uji Moderating Regression Analysis (MRA)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.574	.614		.935	.351
CSR (X1)	.453	2.670	.025	.170	.865
ROE (X2)	-.019	.039	-.129	-.493	.623
CSR*ROE (X1X2)	.426	.176	.682	2.423	.017

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Berikut adalah persamaan dari hasil uji Moderating Regression Analysis (MRA) :

$$Y = 0,574 + 0,453 X_1 - 0,019 X_2 + 0,426 X_1X_2 + e$$

Hasil uji MRA *corporate social responsibility* dan profitabilitas di atas menunjukkan t hitung sebesar 2,423 hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel yaitu 2,423 > 1,97852, maka artinya profitabilitas dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Corporate Social Responsibility (CSR) Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji regresi pada uji t yang ditunjukkan pada Tabel 9, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t *corporate social responsibility* sebesar 0,000 < 0,05 dengan koefisiensi (B) positif sebesar 6,130 terhadap nilai perusahaan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji regresi pada uji t yang ditunjukkan pada Tabel 9 hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t profitabilitas sebesar 0,000 < 0,05 dengan koefisiensi (B) positif sebesar 0,072 terhadap nilai perusahaan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan .

Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Dapat Memperkuat Hubungan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji MRA pada uji t yang ditunjukkan pada Tabel 10 hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t profitabilitas sebesar 0,017 < 0,05 dengan koefisiensi (B) positif sebesar 0,426 terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas secara signifikan dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

5. Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memberikan dampak positif untuk perusahaan untuk menarik para investor agar menanamkan modalnya diperusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan akan meningkat. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik. Hal ini akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Dikarenakan profitabilitas menunjukkan tingkat laba bersih yang dapat diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan kegiatan operasionalnya. Sehingga tinggi rendahnya tingkat profitabilitas akan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel profitabilitas mampu memoderasi pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* yang harus dilakukan oleh perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas dapat menggambarkan perusahaan mampu untuk memperoleh laba yang maksimal, sehingga para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan menjadikan harga saham tinggi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Saran

Penelitian selanjutnya diharap dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi praktik nilai perusahaan seperti kinerja keuangan, *good corporate governance* dan lainnya.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan periode pengamatan dan memperbanyak jumlah sampel serta menggunakan sampel perusahaan pada sektor lainnya seperti perbankan dan lainnya.

Daftar Pustaka

- Fangestu, Frendy et al, . (2020). Perusahaan yang baik (GCG) dan Tanggungjawab Perusahaan Pertambangan Yang Ada Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 4(3), pp. 777–793.
- Fauziah, Izza Noor and Sudiyanto, B. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*. 9(2). pp. 107–118.
- Hardiana, A. T., Amah, W. and LanggengNik, A. (2019). Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*. 7(1). pp. 221–233.
- Leptasari, G. E. and Retnani, E. D. (2018). Pengaruh Kebijakan Deviden, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Ningtyas, A. R. and T. (2017). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Otomotif Di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Ogachi, D. and Zoltan, Z. (2020). Corporate social responsibility and firm value protection. *International Journal of Financial Studies*. 8(4). pp. 1–22. doi: 10.3390/ijfs8040072.
- Rahmawati, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*. 15(1). p. 813. doi: 10.35327/gara.v15i1.179.
- Rio, P. P., Husnatarina, F. and Oktavia, R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Volume Perdagangan Saham, Volatilitas Return Saham, Dan Dividend Yield Terhadap BID-ASK Spread. *JPMB (Jurnal Pasar Modal dan Bisnis)*. 2(1). pp. 29–44. doi :

<https://doi.org/10.37194/jpmb.v2i1.38>

- Rochmah, S. Ainur and Fitria, A. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan, Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6.
- Saputra, W. S. (2018) ‘Pengaruh Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan’, *National Conference of Creative Industry*, (September), pp. 5–6. doi: 10.30813/ncci.v0i0.1313.
- Setyabudi, T. (2021). The Effect of Institutional Ownership, Leverage, and Profitability on Firm Value with Dividend Policy as an Intervening Variable. *Journal of Business and Management Review*, 2(7), pp. 457–469. doi: 10.47153/jbmr27.1632021.
- Setyani, A. Y. (2018). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 14(1), p. 15. doi: 10.21460/jrak.2018.141.295.
- Shim, J. *et al.* (2021). The impact of csr on corporate value of restaurant businesses using triple bottom line theory. *Sustainability (Switzerland)*. 13(4), pp. 1–14. doi: 10.3390/su13042131.
- Suryati, Alfosa Klotida, *et al.* (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empirirs Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2016). *Forum Manajemen*. 17, pp. 111–121.
- Wahyuni, S. F. (2018). Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 1(1), pp. 109–117. doi: 10.37476/akmen.v17i4.1188.
- Yanti, NLE Karisma, *et al.* (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, leverage , dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Kharisma*. 3(1). pp. 42–51.