

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020)

Maulindatur Rosiva
ulindndha@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Ika Wahyuni
ika_wahyuni@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Ida Subaida
ida_subaida@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

Corporate social responsibility is one of the key attributes that determine reputation and is believed to increase a good reputation for the company. The purpose of this study was to analyze and examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on firm value through profitability. This research is causality research. The population in this study are conventional banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018-2020 period. The sampling technique was determined by purposive sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM).

The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, indicate that Corporate Social Responsibility (CSR) disclosures have a significant positive effect on profitability, Corporate Social Responsibility (CSR) disclosures have a positive but not significant effect on firm value, profitability has a significant positive effect on firm value. The results of the indirect effect hypothesis test show that the variable Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure on firm value through profitability has a significant positive effect.

Keywords: *Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), Company value, Profitability.*

I. PENDAHULUAN

Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya menyadari akan pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah menjadi perhatian berbagai kalangan baik perusahaan, pemerintah dan akademisi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai salah satu atribut kunci yang menentukan reputasi dan dipercaya dapat meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya

pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan menurun. Akan tetapi dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan berharap akan mendapat legitimasi sosial dan mendapatkan citra positif, dengan adanya citra positif pada perusahaan bisa berdampak pada kinerja keuangan yang dapat menaikkan nilai perusahaan, meningkatkan penjualan perusahaan, mendapatkan loyalitas dari karyawan dan konsumen.

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang.

Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Profitabilitas menjadi indikator utama untuk mengukur efektivitas manajemen perusahaan secara keseluruhan, yang dilihat dari tingginya laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode. Kinerja manajerial dari setiap perusahaan akan dapat dikatakan baik apabila tingkat profitabilitas perusahaan yang dikelolanya tinggi ataupun dengan kata lain maksimal. Profitabilitas yang maksimal dapat mencerminkan kemampuan sebuah perusahaan untuk memperoleh laba yang menguntungkan bagi seorang investor, semakin besar tingkat keuntungannya semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayar dividennya, hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat kenaikan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui berapa harga saham dari perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi harga saham dari perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Perusahaan harus melalui proses yang cukup kompleks dan mengikuti standar aturan yang telah ditetapkan. Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan pada perbankan juga sangatlah penting, karena adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipercaya dapat meningkatkan

nilai perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial, dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan perusahaannya, terutama perusahaan perbankan yang kegiatan bisnisnya berdampak langsung pada lingkungan.

Perbankan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam perkembangan suatu negara khususnya ekonomi bisnis yang berada di Indonesia. Oleh karena itu tidak heran apabila perbankan suatu negara hancur maka akan mengakibatkan kehancuran pada perekonomian suatu negara tersebut. Hal tersebut membuat peneliti tertarik dalam melakukan penelitian ini pada perusahaan perbankan konvensional karena kepedulian perusahaan kepada masyarakat bisa diartikan sebagai partisipasi bagi perusahaan perbankan untuk mendorong perusahaan dalam melaksanakan berbagai program atau kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan sosialnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan segala kegiatan atau aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan perencanaan dan pengelolaan untuk mendapatkan dana, menggunakan atau mengalokasikan dana, serta meminimalkan biaya yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan. Fahmi (2016:2) mengemukakan bahwa “Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas,

mengkaji, dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan *profit* atau kemakuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan”.

Manajemen keuangan yang efektif dan efisien membutuhkan tujuan dan sasaran dalam kegiatan memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengolah aset perusahaan untuk mencapai tujuan. Fahmi (2016:4) mengemukakan bahwa “Tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan, menjaga stabilitas *financial* dalam keadaan yang selalu terkendali, dan memperkecil risiko perusahaan dimasa sekarang dan yang akan datang”.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR sangatlah beragam tergantung pada visi dan misi perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan, kemauan, dan ketertarikan komunitas. Hery (2015:143) menyatakan bahwa “Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”. Menurut peneliti Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan atau upaya yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk

tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat atau lingkungan sekitar baik secara langsung ataupun tidak langsung dan kegiatannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan.

Wijayanti, *et.al* (2011:5) mengemukakan bahwa “Terdapat dua sifat pengungkapan yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*)”. CSR merupakan bentuk dari pengungkapan yang bersifat sukarela karena pengukuran Pengungkapan CSR belum terstandarisasi. Dengan adanya Pengungkapan CSR dapat memberikan informasi signal positif yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain karena peduli dengan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial atas aktivitas operasi perusahaan. Pengungkapan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan memberikan beberapa manfaat yaitu meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata masyarakat, khususnya investor sehingga meningkatkan kepercayaannya kepada perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *check list* yang mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, sosial). Wati (2019:21) mengemukakan bahwa pengukuran Pengungkapan CSR dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \sum \frac{X_{ij}}{N_j}$$

Profitabilitas

Daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) dalam suatu perseroan adalah profitabilitas. Dalam konteks ini profitabilitas berarti hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang diinvestasikan pemilik perusahaan. Kasmir (2016:117) mengemukakan bahwa “Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi”. Menurut peneliti Profitabilitas merupakan salah satu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta dapat memberikan tingkat penjualan, aset, dan modal saham.

Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan”. Kasmir (2016:198) mengemukakan bahwa manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas yaitu:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;

- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang.

Pengukuran Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return on Equity* (ROE) karena rasio ini merupakan ukuran Profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Kasmir (2016:202) mengemukakan bahwa “*Return on Equity* (ROE) adalah perbandingan antara laba bersih dengan modal (modal inti) perusahaan”. *Return on Equity* (ROE) menunjukkan tingkat presentase yang sangat penting bagi para pemegang saham dan calon investor, karena kenaikan *Return on Equity* (ROE) akan menyebabkan kenaikan saham sehingga akan menghasilkan laba yang akan bermanfaat bagi pemegang saham. Kasmir (2016:199) menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Nilai Perusahaan

Fauziah (2017:2) menyatakan bahwa “Nilai perusahaan adalah alat ukur investor untuk mengetahui kinerja perusahaan, berkenaan dengan investasi yang telah atau akan mereka lakukan dan prospeknya dimasa yang akan datang”. Franita (2018:7) mengemukakan bahwa “Nilai perusahaan merupakan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai

perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham”. Dari kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang bisa disebut juga dengan harga saham. Harga saham yang tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar.

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan (Indrarini 2019:3).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), Darmadji dan Fakhruddin (2011:157) mengemukakan bahwa “*Price to Book Value* (PBV) merupakan perbandingan antara harga per

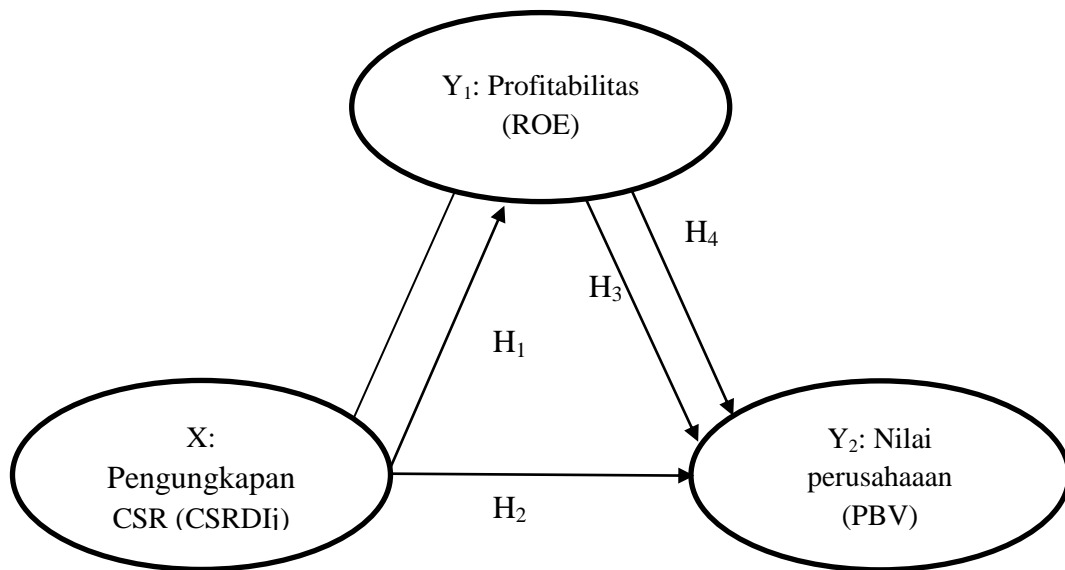
lembar saham dengan nilai buku per lembar saham dimana nilai buku diperoleh dari total ekuitas terhadap jumlah saham yang beredar”. *Price to Book Value* (PBV) mengukur nilai yang diberikan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Semakin tinggi rasio PBV, maka akan semakin tinggi juga apresiasi pasar terhadap prospek perusahaan dan perusahaan dapat dikatakan berhasil menciptakan Nilai perusahaan dan kemakmuran pemilik. Indrarini (2019:15-16) mengemukakan bahwa *Price to Book Value* (PBV) dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Sugiyono (2017:128) mengemukakan bahwa “Kerangka konsep akan menghubungkan secara teoritis antara variabel independen dengan variabel dependen”. Kerangka konseptual ini berguna untuk menjelaskan secara panjang lebar mengenai suatu topik yang akan dibahas dalam suatu penelitian. Berikut ini akan digambarkan kerangka konseptual dari penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

- H₁: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas
- H₂: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan
- H₃: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan
- H₄: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas

III. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian merupakan gambaran tentang keseluruhan perencanaan mengenai proses penelitian secara logis, sistematis, dan ringkas yang dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dan kuantitatif. Sugiyono (2017:147)

mengemukakan bahwa “Metode deskriptif adalah metode untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”. Sugiyono (2017:8) menyatakan bahwa “Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini tidak dilakukan ke lokasi secara langsung melainkan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan menggunakan data sekunder yang di akses pada website resmi Bursa Efek

Indonesia (BEI) berupa laporan keuangan dan tahunan (*annual report*) pada perusahaan perbankan konvensional periode 2018-2020. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan yaitu pada bulan Februari sampai dengan Mei 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu. Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah 42 data perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020 sehingga peneliti dapat menganalisis dan mengamati perkembangan perusahaan pada waktu tersebut.

Sugiyono (2017:81) mengemukakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel yang akan dipilih dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2017:85) “*Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Kriteria-kriteria perbankan konvensional yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan perbankan yang terdaftar berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020.

- b. Perusahaan perbankan yang terus mengalami laba pada tahun 2018-2020.
- c. Perusahaan perbankan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) lengkap yang telah diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.
- d. Perusahaan perbankan menerbitkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan.
- e. Perusahaan perbankan yang mempunyai jumlah aset lebih dari 150 Triliun.

Tabel 1
Jumlah Perusahaan yang Memenuhi Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020.	42
2.	Perusahaan perbankan yang tidak terdaftar berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.	(1)
3.	Perusahaan perbankan yang mengalami kerugian pada tahun 2018-2020.	(12)
4.	Perusahaan perbankan yang tidak menerbitkan laporan tahunan (<i>annual report</i>) lengkap yang telah diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.	(15)
5.	Perusahaan perbankan tidak menerbitkan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam laporan tahunan.	0
6.	Perusahaan perbankan yang mempunyai jumlah aset kurang dari 150 Triliun.	(4)
Jumlah perbankan konvensional yang dijadikan sampel		10

Sumber: www.idx.co.id

Tabel 2
Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Sampel

No	Kode Perusahaan	Nama Perbankan Konvensional
1	BBCA	Bank Central Asia Tbk
2	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
3	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
4	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk
5	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk
6	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
7	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk
8	BNLI	Bank Permata Tbk
9	BTPN	Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk
10	NISP	Bank OCBC NISP Tbk

Sumber: www.idx.co.id

Identifikasi Variabel Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Sugiyono (2017:40) menyatakan bahwa “Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen ”. “Variabel

independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi (stimulus) atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain” Wijaya (2013:13). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *corporate social responsibility* (X).

Variabel Mediasi (Intervening Variable)

Sugiyono (2017:62) menyatakan bahwa “Variabel intervening secara umum disebut dengan variabel mediasi karena letak variabel ini posisinya berada ditengah-tengah variabel bebas dan variabel terikat, artinya variabel bebas tidak dapat mempengaruhi variabel terikat secara langsung. Dapat mempengaruhi secara langsung apabila memiliki hubungan sebab akibat”. Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (Y_1).

Variabel Terikat (Dependent Variable)

Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa “Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Wijaya (2013:13) mengemukakan bahwa “Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi variabel lain yang nilainya tergantung oleh perubahan variabel yang lain”. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai perusahaan (Y_2).

Teknik Pengumpulan Data Observasi

Sugiyono (2017:291) menyatakan bahwa “Observasi adalah proses pengumpulan data yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis secara spesifik”. Observasi digunakan sebagai alat untuk proses pengamatan dalam mengukur kegiatan secara spesifik. Teknik ini merupakan teknik awal yang

digunakan untuk mengamati laporan tahunan (*annual report*) pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

Studi Pustaka

Sugiyono (2017:291) menyatakan bahwa “Studi kepustakaan adalah kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti”. Teknik ini merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan untuk menghimpun informasi yang relevan terkait dengan objek penelitian, menambah ilmu pengetahuan mengenai masalah yang berhubungan dengan perusahaan perbankan konvensional. Literatur diambil dari jurnal-jurnal, skripsi, buku-buku, dan internet.

Dokumentasi

Sugiyono (2017:329) menyatakan bahwa “Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian”. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*), data ini diambil dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data diambil dari situs resmi BEI, yaitu www.idx.co.id.

Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan bagian dari proses

analisis data yang dilakukan untuk memperoleh data primer atau data sekunder yang dikumpulkan lalu diproses untuk menghasilkan kesimpulan dalam pengambilan keputusan. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dilakukan dengan menggunakan program Smart PLS 3.0 (*Partial Least Square*).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, variabel independen (bebas) yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel dependen (terikat) yaitu Nilai perusahaan dan variabel intervening yaitu Profitabilitas. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id berupa laporan keuangan dan tahunan (*annual report*) pada perusahaan perbankan konvensional selama 3 tahun pada periode 2018-2020. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan perusahaan yang memenuhi kriteria dalam pengambilan sampel sebanyak 10 perusahaan.

Uji Asumsi Klasik Normalitas

Ghozali (2018:110) menyatakan bahwa “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal”. Uji asumsi klasik normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan nilai tengah dan dikatakan tidak melanggar asumsi

normalitas apabila nilai *Excess Kurtosis* atau *Skewness* berada dalam rentang -2,58 hingga 2,58. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik normalitas, dapat disimpulkan bahwa sebaran data seluruh indikator berdistribusi normal.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji ini dapat diketahui melalui nilai *R-Square* untuk variabel dependen. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, dapat diartikan bahwa:

- Variabel Pengungkapan *corporate social responsibility* (X) mempengaruhi Profitabilitas (Y_1) sebesar 0,09 (9%), sedangkan sisanya 91% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- Variabel Pengungkapan *corporate social responsibility* (X) mempengaruhi Nilai perusahaan (Y_2) sebesar 0,37 (37%), sedangkan sisanya 63% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (*inner model*)

Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Hasil analisis penelitian

menggunakan sistem *bootstrapping* melalui program Smart PLS 3.0 maka dapat ditemukan persamaan nilai koefisien regresi dengan menggunakan dua sistem output yaitu *path coefficient* dan *specific*, selanjutnya dibuat persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1X + e$$

$$= 0,308X + e$$

$$Y_2 = a + b_2X + e$$

$$= 0,096X + e$$

$$Y_2 = a + b_3Y_1 + e$$

$$= 0,573Y_1$$

Persamaan struktural (*inner model*) dengan variabel *intervening*

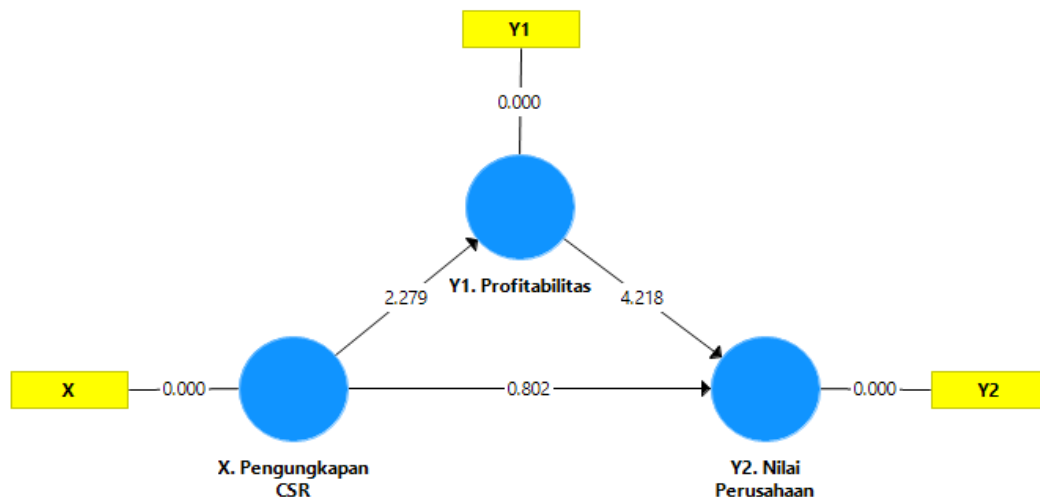
Hasil persamaan struktural dengan menggunakan variabel *intervening* sebagai berikut :

$$Y_2 = a + b_2X + b_3Y_1 + e$$

$$= 0,096X + 0,573Y_1 + e$$

Persamaan struktural (*inner model*)

Hasil uji statistika selanjutnya dapat dijabarkan kedalam persamaan linier (*inner model*) sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS

Tabel 3
Uji Hipotesis Penelitian

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X. Pengungkapan CSR -> Y1. Profitabilitas	0,308	0,318	0,135	2,279	0,023
X. Pengungkapan CSR -> Y2. Nilai perusahaan	0,096	0,095	0,120	0,802	0,423
Y1. Profitabilitas -> Y2. Nilai perusahaan	0,573	0,559	0,136	4,218	0,000

Tabel 4
Uji Hipotesis Penelitian Melalui Intervening

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X. Pengungkapan CSR -> Y1. Profitabilitas -> Y2. Nilai perusahaan	0,177	0,176	0,087	2,022	0,044

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* (X) berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas (Y_1) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,308) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,023 ($<0,05$), dengan demikian **H₁ diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa jika Pengungkapan CSR semakin banyak dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap peningkatan Profitabilitas karena adanya korelasi positif peran perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan nilai yang ada pada masyarakat beserta lingkungan sekitarnya. Hal tersebut akan memberikan citra positif terhadap *stakeholder* dan secara tidak langsung menjadi bentuk pemasaran perusahaan yang memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE).

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* (X) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,096) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,423 ($>0,05$), dengan demikian **H₂ ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan

bahwa Pengungkapan CSR tidak mempengaruhi Nilai perusahaan, laporan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan informasi penting dan menciptakan citra yang baik terhadap perusahaan untuk menarik investor dalam melakukan investasi. Namun, investor tidak begitu mempertimbangkan Pengungkapan CSR dalam keputusan investasinya karena berapapun jumlah informasi dalam Pengungkapan CSR dianggap tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap kesejahteraan pemegang saham. Perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan Nilai perusahaan. Oleh karena itu, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan pengaruh pada Nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Profitabilitas (Y_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan (Y_2) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,573) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan demikian **H₃ diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa jika Profitabilitas meningkat maka Nilai perusahaan akan meningkat. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif terhadap pemegang saham bahwa perusahaan berada dalam keadaan yang menguntungkan dan semakin baik dalam mengelola atau

menggunakan asetnya sehingga meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya. Informasi prospek perusahaan yang baik dapat memicu investor untuk membeli saham, peningkatan saham perusahaan akan membuat harga saham perusahaan naik dan akan meningkatkan Nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Corporate social responsibility terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* (X) berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,177) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,044 (<0,05), dengan demikian **H₄ diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa peran informasi yang semakin luas disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* sangat penting mengenai perusahaan. Oleh sebab itu, adanya tingkat kesadaran akan aturan yang berlaku terkait pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan mampu memberikan kepercayaan dan citra positif terhadap *stakeholder* dan *shareholder* sehingga semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan yang ramah lingkungan sehingga akan mempengaruhi Profitabilitas yang tinggi. Semakin tinggi nilai Profitabilitas menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham, sehingga akan menarik minat investor dan akan

memberikan pengaruh positif terhadap harga saham di pasar dan akan meningkatkan Nilai perusahaan. Ketika Profitabilitas meningkat mampu memperkuat hubungan positif Pengungkapan CSR terhadap Nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan Pengungkapan CSR memberikan manfaat yang signifikan dalam jangka panjang, namun investor yang cenderung tidak begitu mempertimbangkan Pengungkapan CSR dalam keputusan investasinya. Dengan demikian, diperlukan Profitabilitas sebagai variabel *intervening* untuk memediasi pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas, (**H₁ diterima**);
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan, (**H₂ ditolak**);
3. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan, (**H₃ diterima**);
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas berpengaruh signifikan positif, (**H₄ diterima**).

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran akan dituliskan sebagai berikut:

Bagi Perusahaan Perbankan

Bagi Perusahaan Perbankan di Indonesia khususnya manajer dapat menjadi petunjuk tentang pentingnya Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini. Namun, berapapun jumlah informasi dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap kesejahteraan pemegang saham. Sehingga perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* supaya timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan Nilai perusahaan.

Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini bagi Universitas dapat menjadi dasar pengembangan kurikulum Keuangan, yang selanjutnya dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi sivitas akademi tentang pentingnya penggunaan variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, dan Nilai perusahaan dalam peningkatan kinerja perusahaan.

Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain hendaknya dapat menjadi bahan masukan untuk mengembangkan model-model

penelitian terbaru yang berkaitan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kebutuhan keilmuan saat ini dan untuk peneliti selanjutnya jika ingin melakukan penelitian menggunakan variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menggunakan indeks GRI terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadji, T. dan Fakhrudin, H. M. 2011. *Pasar Modal Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawaban*. Cetakan Kedua. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fauziah, F. 2017. *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen dan Nilai perusahaan*. Kalimantan Timur: RV Pustaka Horizon.
- Franita, R. 2018. *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai perusahaan: Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Hery. 2015. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Indrarini, S. 2019. *Nilai perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Edisi Pertama. Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wati, L, N. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Cetakan Pertama. Ponorogo: Myria Publisher.
- Wijaya, T. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Wijayanti, F. T, Sutaryo, dan Prabowo, M. A. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIV.

www.globalreporting.org
www.idx.co.id