

SKRIPSI

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PROFITABILITAS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DI SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS***



POLITEKNIK NEGERI BALI

NAMA : I GUSTI AYU DWI AGUSTINI

NIM : 2015644089

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

2024

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PROFITABILITAS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DI SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS***

**I Gusti Ayu Dwi Agustini
2015644089**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Perkembangan sektor industri manufaktur di Indonesia, khususnya dalam bidang *consumer non-cyclicals*, telah mengalami peningkatan yang signifikan dengan fokus pada barang konsumen primer dan tingkat aktivitas produksi yang tinggi. Namun, tingkat produksi yang tinggi ini juga berpotensi menghasilkan limbah yang dapat berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan *profitabilitas* sebagai variabel moderasi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif untuk menguraikan hubungan kausal dan dampak antara variabel-variabel melalui proses pengujian hipotesis. Populasi penelitian sebanyak 125 perusahaan *consumer non-cyclicals* dengan metode *purposive sampling* diperoleh jumlah sampel sebanyak 46 perusahaan dan 138 jumlah observasi. Metode analisis data menggunakan *structural equation modeling* (SEM) – *partial least square* (PLS) dengan menggunakan *software WarpPLS versi 7.0*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *Profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap CSR dan nilai perusahaan, yang mendukung teori *signaling* dan teori *stakeholder*. Menurut teori *stakeholder*, tanggung jawab perusahaan melampaui kepentingan pemegang sahamnya, dan mencakup kewajiban untuk mempertimbangkan kesejahteraan semua pihak yang terkena dampak inisiatif strategisnya. Pengungkapan CSR merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan reputasi korporasi mereka, sehingga menarik investor dan berdampak pada pilihan investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, teori *signaling* menekankan bahwa perusahaan menggunakan CSR sebagai sinyal positif kepada pemangku kepentingan untuk menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, yang meningkatkan nilai perusahaan. *Profitabilitas* yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk berinvestasi lebih dalam CSR, memperkuat sinyal positif dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.

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

***THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON
COMPANY VALUE WITH PROFITABILITY
AS A MODERATION VARIABLE
IN THE CONSUMER NON CYCLICALS SECTOR***

**I Gusti Ayu Dwi Agustini
2015644089**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

The manufacturing industrial sector in Indonesia has experienced significant growth in the production of consumer non-cyclicals, focusing on primary consumer goods and increasing production activities. However, this high level of production may result in waste that could negatively impact the environment and society. This study aims to examine the influence of corporate social responsibility (CSR) on company value, with profitability as a moderating variable, in non-cyclical consumer companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2021 to 2023.

This research involves a quantitative approach to establish causal relationships and impacts between variables by testing hypotheses. The study includes 125 non-cyclical consumer companies in its population and uses purposive sampling to obtain a sample size of 46 companies and 138 observations. Data analysis is conducted using structural equation modeling (SEM) – partial least squares (PLS) with the WarpPLS version 7.0 software.

The findings of this research show that CSR has a positive effect on company value, and profitability significantly influences CSR and company value, which supports signaling theory and stakeholder theory. According to stakeholder theory, a company's responsibility goes beyond the interests of its shareholders, and includes an obligation to consider the welfare of all parties affected by its strategic initiatives. CSR disclosure is a strategy used by companies to improve their corporate reputation, thereby attracting investors and influencing investment choices, thereby increasing firm value. Meanwhile, signaling theory emphasizes that companies use CSR as a positive signal to stakeholders to demonstrate their commitment to responsible and sustainable business practices, which increases firm value. High profitability allows companies to invest more in CSR, strengthening positive signals and meeting stakeholder expectations.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), company value, Profitabilitas

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PROFITABILITAS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DI SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS***

SKRIPSI

**Dibuat sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Akuntansi pada Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial
Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali**

NAMA : I GUSTI AYU DWI AGUSTINI

NIM : 2015644089

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : I Gusti Ayu Dwi Agustini
NIM : 2015644089
Program Studi : Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial

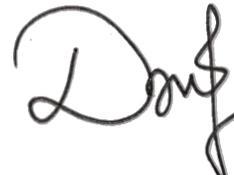
Menyatakan bahwa benar sesungguhnya Skripsi:

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap
Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel
Moderasi di Sektor *Consumer Non Cyclical*s
Pembimbing : 1. Dr. I Made Ariana, S.E., M.Si., Ak, CA
2. Ni Made Ayu Dwijayanti, S.E. Ak., M.Si
Tanggal Uji : 13 Agustus 2024

Skripsi yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian persyaratan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 13 Agustus 2024



I Gusti Ayu Dwi Agustini

NIM. 2015644089

SKRIPSI

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PROFITABILITAS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DI SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS*

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : I GUSTI AYU DWI AGUSTINI
NIM : 2015644089

Telah Disetujui Oleh Dan Diterima Baik Oleh:

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II



Dr. I Made Ariana, S.E., M.Si., Ak, CA

NIP: 196804131993031002



Ni Made Ayu Dwijayanti, S.E. Ak., M.Si

NIP: 197902242006042002



I Made Baginda, SE., M.Si, Ak

NIP: 197512312005011003

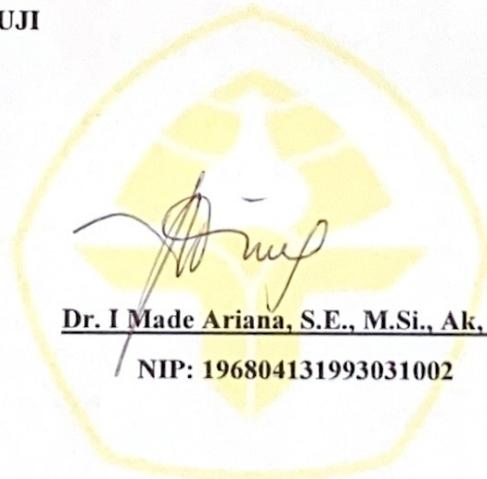
**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PROFITABILITAS*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DI SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS***

Telah diuji Dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:

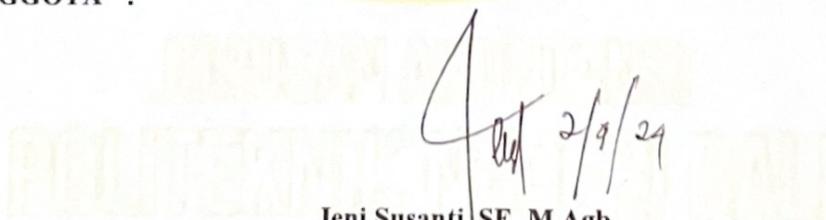
Tanggal 13 Bulan Agustus Tahun 2024

PANITIA PENGUJI

KETUA :



ANGGOTA :



NIP: 197201311995122001



Dr. Ir. I Made Suarta, S.E., M.T.

NIP: 196302251990031004

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial di Politeknik Negeri Bali. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE.,M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan menuntun pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. I Made Bagiada, SE., M.Si, Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
3. Wayan Hesadjaya Utthavi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, yang selalu memberikan pengarahan dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
4. Dr. I Made Ariana, S.E., M.Si., Ak, CA selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ni Made Ayu Dwijayanti, S.E. Ak., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak I Gusti Ngurah Putu Sukariasa, SE dan ibu Desak Nyoman Siti Maretaningsih tercinta serta keluarga lainnya yang telah memberikan dukungan dan doanya.
7. Para sahabat, teman dan rekan-rekan jurusan akuntansi yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, tanpa mengurangi rasa hormat, saya ucapkan terima kasih banyak atas masukan, dukungan, dan pengalaman yang telah diberikan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa) berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu dan memberikan kontribusi yang berarti.

Badung, 13 Agustus 2024

Penulis



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Abstrak	ii
<i>Abstract</i>	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan	vi
Halaman Penetapan Kelulusan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
B. Kajian Penelitian yang Relevan	18
C. Kerangka Pikir	22
D. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel Penelitian	27
D. Variabel Penelitian dan Definisi	29
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
B. Hasil Uji Hipotesis/Jawaban Pertanyaan Penelitian	43
C. Pembahasan.....	44
D. Keterbatasan Penelitian.....	47
BAB V PENUTUP	48
A. Simpulan	48
B. Implikasi.....	49
C. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN-LAMPIRAN	56



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Perusahaan di Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> yang Mengalami Penurunan Harga Saham	2
Tabel 3. 1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	28
Tabel 4. 1 Analisis Data Deskriptif.....	37
Tabel 4. 2 Nilai <i>R-Square</i>	38
Tabel 4. 3 <i>Path Coefficients and P values (Direct Effect)</i>	39
Tabel 4. 4 <i>Path Coefficients and P values (Indirect Effect)</i>	40
Tabel 4. 5 <i>Total Effect</i>	40
Tabel 4. 6 Uji Signifikansi Pengaruh	43



DAFTAR GAMBAR

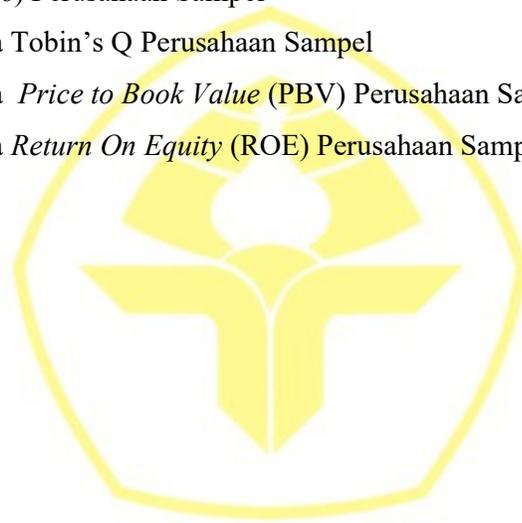
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	22
Gambar 2. 2 Model Hipotesis	26
Gambar 4. 1 Pengujian Kecocokkan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	41
Gambar 4. 2 Koefisien Jalur dan Nilai <i>P-Value</i>	42



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Sampel Penelitian Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Tahun 2021-2023
- Lampiran 2 : Indeks Standar GRI 2016
- Lampiran 3 : Data Pengungkapan *Sustainability Report* (Indeks Standard GRI 2016) Perusahaan Sampel
- Lampiran 4 : Data Tobin's Q Perusahaan Sampel
- Lampiran 5 : Data *Price to Book Value* (PBV) Perusahaan Sampel
- Lampiran 6 : Data *Return On Equity* (ROE) Perusahaan Sampel



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor industri di Indonesia, khususnya sektor manufaktur mengalami pertumbuhan yang substansial. Persaingan yang lebih ketat di antara perusahaan, mendorong inovasi sebagai sarana untuk mencapai pertumbuhan jangka panjang. Transparansi informasi menjadi sangat penting dalam menghadapi kompleksitas bisnis yang terus berkembang. Perusahaan berusaha untuk mengungkapkan informasi secara lebih terbuka, namun perusahaan dihadapkan pada risiko terjadinya kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat pertumbuhan yang pesat. Oleh karena itu, selain memprioritaskan *profitabilitas*, perusahaan juga harus melihat pengaruh terhadap lingkungan dan masyarakat sebagai komponen penting dari ekspansi bisnis perusahaan.

Sektor manufaktur yang ditandai dengan tingkat aktivitas produksi yang signifikan dan fokus pada barang-barang konsumen dikenal sebagai sektor *consumer non-cyclicals*. Tingginya tingkat produksi menciptakan produk yang langsung terkait dengan kebutuhan masyarakat, seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, dan obat-obatan, namun perlu diperhatikan bahwa tingkat produksi yang tinggi juga berpotensi menghasilkan limbah yang memiliki dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, sehingga sangat penting untuk memastikan bahwa ekspansi

sektor manufaktur disertai dengan komitmen yang cermat terhadap akuntabilitas sosial dan lingkungan, untuk mencapai kemajuan perusahaan yang berkelanjutan.

Ketidakpatuhan terhadap standar lingkungan dan sosial telah menyebabkan penurunan reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan-perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals*. Salah satu akibatnya, terdapat penurunan nilai perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals*, dimana tekanan dari pemangku kepentingan dan regulasi yang semakin ketat membuat perusahaan menghadapi tantangan untuk menjaga *profitabilitas* sambil tetap mematuhi tuntutan akuntabilitas sosial dan lingkungan. Berikut merupakan data penurunan harga saham pada sektor *consumer non-cyclicals* pada tahun 2021-2023:

Tabel 1. 1
Daftar Perusahaan di Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Mengalami Penurunan Harga Saham

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Harga Saham		
			2021	2022	2023
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	9.500	8.025	7.025
2	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	1.720	1.295	1.180
3	MYOR	Mayora Indah Tbk	2.040	2.500	2.490

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan data tersebut, penurunan harga saham pada beberapa perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* dari tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan dampak negatif dari implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang kurang efektif. Salah satunya, perusahaan PT Mayora Indah Tbk. Berdasarkan hasil uji laboratorium dari Dinas

Lingkungan Hidup Kabupaten Tangerang menunjukkan bahwa air permukaan atau sungai di sekitar pabrik Mayora Indah tercemar oleh bakteri dan berbagai zat kimia (www.metro.tempo.co). Ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi standar lingkungan dan sosial yang diharapkan dapat mengurangi kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak pada *profitabilitas* dan nilai perusahaan. Jika perusahaan tidak mampu mengelola dampak lingkungan secara baik atau gagal memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan terkait CSR, hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan dan mengancam keberlanjutan bisnis di masa mendatang.

Perusahaan dapat terlibat dalam kegiatan CSR sebagai upaya untuk bertanggung jawab atas dampak operasional terhadap masyarakat dan ekosistem. Untuk memperkuat posisi mereka di masyarakat, perusahaan secara proaktif melaksanakan inisiatif-inisiatif yang bersifat sukarela dan berorientasi sosial, dengan tujuan memenuhi tanggung jawab sosial serta meningkatkan citra dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Pada tahun 2007, Indonesia menerapkan peraturan yang mengharuskan perusahaan yang mempunyai usaha di bidang ekstraksi sumber daya alam untuk memenuhi tanggung jawab sosial. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengatur terkait hal tersebut, yang menyangkut Perseroan Terbatas, bersama dengan PP Nomor 47 Tahun 2012, yang membahas tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas (Suciwati et al., 2021).

Studi ini mengukur pengungkapan CSR berdasarkan indeks yang sesuai dengan kriteria *Global Reporting Initiative* (GRI) 2016. Dalam studi

ini, pengungkapan CSR diharuskan mencapai minimal 2% hingga 4% dari total keuntungan perusahaan dalam setahun. Ketentuan mengenai besaran anggaran dana CSR ini didasarkan pada Peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012. Meskipun penerapan anggaran CSR ini menghasilkan biaya tambahan bagi perusahaan, yang berpotensi mengurangi laba, hal ini tetap menjadi kewajiban hukum yang harus dipenuhi.

Walaupun terdapat beban keuangan, implementasi CSR dapat memperbaiki citra perusahaan, sehingga menciptakan tingkat loyalitas konsumen yang lebih tinggi (Tenriwaru dan Nasaruddin, 2020). Berdasarkan prinsip-prinsip teori sinyal, perusahaan bertujuan untuk menawarkan informasi yang komprehensif untuk membangun reputasi yang menguntungkan di masyarakat. Pendekatan ini merupakan metode strategis untuk meningkatkan kredibilitas organisasi. Perusahaan bertujuan untuk meningkatkan legitimasi sosialnya dan menaikkan kinerja keuangan jangka panjang melalui penerapan CSR. Hal ini diharapkan dapat direspon positif oleh kreditur dan investor, sehingga meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Kristanti, 2022).

Harga yang bersedia diberikan oleh calon pembeli apabila terjadi penjualan yang menjadi penentu nilai perusahaan. Pentingnya nilai perusahaan adalah kemampuannya untuk menunjukkan tingkat kinerja dalam menghasilkan keuntungan bagi investor (Dzikir et al., 2020). Studi ini menggunakan Tobin's *Q ratio and Price to Book Value* (PBV), Tobin's

Q mengukur rasio antara nilai pasar aset perusahaan dengan biaya penggantian aset tersebut sedangkan PBV membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai bukunya. Kedua metrik ini membantu dalam menilai seberapa baik perusahaan dikelola dan bagaimana pasar merespons kinerjanya, termasuk dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR).

Ukuran kapasitas korporasi mendapatkan keuntungan selama jangka waktu tertentu disebut *profitabilitas*. Ini digunakan guna mengevaluasi kesanggupan korporasi untuk memperoleh laba. Pada studi ini, *Profitabilitas* menjadi variabel moderasi untuk menilai kemampuannya memengaruhi korelasi antara nilai perusahaan dan CSR, yang dievaluasi oleh *Return On Equity* (ROE). *Profitabilitas* dianggap sebagai indikator kunci kesehatan keuangan perusahaan, dengan organisasi yang mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi dipandang sebagai cerminan dari manajemen yang efisien. Ini akan berfungsi sebagai isyarat bagi perusahaan dengan prospek masa depan yang menjanjikan, mendorong mereka untuk menyampaikan presentasi tentang pelaksanaan CSR dan pengungkapan transparan. Hal ini pada gilirannya akan menimbulkan kepercayaan di antara para *stakeholder* serta meningkatkan nilai keseluruhan organisasi (Sari dan Febrianti, 2021).

Berbagai penelitian mengenai korelasi antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan dengan *profitabilitas* sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Studi Dzikir et al. (2020) dan

Rahmantari (2021) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana perusahaan yang melakukan CSR memiliki risiko yang lebih rendah dan reputasi yang lebih baik, namun *profitabilitas* (ROE) tidak memperkuat hubungan ini. Hal ini dikarenakan tingginya *profitabilitas* belum menjamin perusahaan-perusahaan akan meningkatkan nilai tanggung jawab sosialnya karena pada saat perusahaan memiliki laba yang tinggi perusahaan akan berfikir untuk mengungkapkan hal-hal yang dianggap mengganggu informasi tentang suksesnya laporan keuangan. Sebaliknya, studi Tenriwaru dan Nasaruddin (2020) menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, karena investor melihat pengeluaran CSR sebagai pemborosan jika tidak diikuti peningkatan rasio keuangan lainnya. Namun, dalam kasus ini, *profitabilitas* (ROE) dapat memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, karena peningkatan laba dan citra perusahaan dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Mengingat fenomena yang dijelaskan dan kesenjangan penelitian, peneliti bermaksud untuk menjalankan studi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel Moderasi di Sektor *Consumer Non-Cyclicals*”.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah studi ini yakni sebagaimana ditunjukkan oleh deskripsi konteks sebelumnya:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode 2021-2023?
2. Apakah *Profitabilitas* memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode 2021-2023?

C. Batasan Masalah

Peneliti menemukan bahwa batasan masalah adalah untuk memperjelas ruang lingkup masalah, sehingga memungkinkan peneliti untuk lebih mudah fokus pada penelitian dan diskusi, sehingga memastikan bahwa penelitian lebih efektif dan tidak menyimpang dari materi pelajaran yang sedang dipelajari. Penentuan ini dibuat melalui deskripsi yang disebutkan di atas. Fokus studi ialah di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang sudah tercatat di BEI tahun 2021-2023. Permasalahan dalam penelitian ini dibatasi oleh CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan variabel moderasi yaitu *profitabilitas*.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan studi ini sesuai dengan uraian rumusan masalah antara lain:

- a. Untuk mengetahui terdapat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

- b. Untuk mengetahui *Profitabilitas* dapat memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari studi ini baik dalam manfaat teoritis dan manfaat praktis adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Perusahaan yang menjalankan program CSR yang efektif dapat berfungsi sebagai sinyal positif dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, sehingga meningkatkan produktivitas dan nilai perusahaan.
- 2) Perusahaan akan berinteraksi dengan berbagai pihak *stakeholder*, seperti masyarakat, pemerintah, dan lingkungan dalam implementasi CSR. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan citra dan reputasinya, yang dapat memengaruhi kepercayaan dan tanggapan pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Hal ini dapat dicapai dengan menjalin hubungan positif dengan pemangku kepentingan

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Politeknik Negeri Bali

Studi berguna untuk Politeknik Negeri Bali dengan memberikan referensi literatur yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti masa depan untuk melakukan penelitian yang sebanding.

2) Bagi Investor

Studi ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai indikator dalam keputusan investasi dengan mempertimbangkan pengungkapan perusahaan yang meliputi pengungkapan CSR.

3) Bagi Pembaca

Diharapkan bahwa temuan studi ini akan berfungsi sebagai sumber bahan bacaan yang berharga untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan .



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Studi ini mengkaji sejauh mana CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *Profitabilitas* sebagai variabel moderasi. Fokus studi ini adalah pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*, sebanyak 46 perusahaan sebagai sampel pada studi ini, dengan total 138 pengamatan selama periode 3 tahun. Kesimpulan selanjutnya didapatkan:

1. CSR berdampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini khusus untuk perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2023. Teori *stakeholder* berpendapat bahwa tanggung jawab perusahaan melampaui kepentingan pemegang sahamnya, dan mencakup kewajiban untuk mempertimbangkan kesejahteraan semua pihak yang terkena dampak inisiatif strategisnya. Pengungkapan CSR merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan reputasi korporasi mereka, sehingga menarik investor dan berdampak pada pilihan investasi. Oleh karena itu, memasukkan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam strategi bisnis di sektor *Consumer Non-Cyclicals* sangat penting untuk menghasilkan nilai yang berkelanjutan dan meningkatkan daya tarik investor. Temuan investigasi ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Dzikir et al. (2020).

2. *Profitabilitas* yang diukur dengan ROE memiliki efek moderasi yang positif signifikan terhadap hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Hasil ini mendukung teori sinyal di mana perusahaan dengan *profitabilitas* tinggi dapat lebih efektif menjalankan dan mengungkapkan kegiatan CSR. Dengan kata lain, korporasi yang memperoleh laba memiliki kemampuan lebih besar untuk memanfaatkan kegiatan CSR dalam meningkatkan daya tariknya di mata investor dan *stakeholder*. *Profitabilitas* yang kuat memungkinkan perusahaan untuk menyisihkan lebih banyak sumber daya untuk tanggung jawab sosial, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan baik secara langsung meskipun melalui persepsi pasar yang lebih positif. Oleh karena itu, kombinasi antara *profitabilitas* yang tinggi dan pelaksanaan CSR yang efektif dapat menjadi strategi kunci dalam meningkatkan nilai perusahaan dan memperkuat posisinya di pasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tenriwaru dan Nasaruddin (2020).

B. Implikasi

Studi mengenai sejauh mana CSR memengaruhi nilai perusahaan dengan menjadikan variabel moderasinya adalah *profitabilitas*, menghasilkan implikasi teoritis dan praktis. Implikasi ini diuraikan di bawah ini:

1. Implikasi Teoritis

- a. Penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana perusahaan dapat menggunakan CSR sebagai sinyal untuk memperlihatkan komitmen korporasi terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Program CSR yang efektif berfungsi sebagai sinyal positif bagi karyawan dan investor, dengan menumbuhkan motivasi dan kinerja karyawan, perusahaan tidak hanya memperbaiki produktivitas tetapi juga mengirimkan sinyal bahwa perusahaan berkomitmen terhadap praktik berkelanjutan. Hal ini berpotensi meningkatkan nilai perusahaan karena investor dan para pemangku kepentingan dapat melihat organisasi sebagai organisasi yang bertanggung jawab dan menguntungkan.
- b. Penelitian ini memperkuat teori *stakeholder* dengan menunjukkan bagaimana interaksi positif perusahaan kepada pihak *stakeholder* yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Relasi yang baik dengan para *stakeholder* berpotensi menumbuhkan citra dan reputasi perusahaan yang akan meningkatkan persepsi dan kepercayaan stakeholder terhadap korporasi. Ini membuktikan bahwa keberhasilan dalam pengungkapan CSR tak hanya bergantung pada pelaksanaan internal tetapi pada kemampuan perusahaan juga untuk mengelola dan menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder*.

2. Implikasi Praktis

a. Bagi Politeknik Negeri Bali :

Studi ini bisa dimanfaatkan sebagai referensi untuk memahami penerapan teori *signal* dan teori *stakeholder* dalam konteks CSR dan nilai perusahaan. Ini memberikan dasar teoritis yang solid bagi peneliti dan akademisi di Politeknik Negeri Bali untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana sinyal dan hubungan *stakeholder* mempengaruhi keberhasilan program CSR dan dampaknya terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi Investor:

Studi memberikan panduan praktis tentang bagaimana investor dapat menggunakan informasi tentang program CSR dan hubungan *stakeholder* sebagai indikator untuk menilai kinerja dan potensi perusahaan. Investor dapat mempertimbangkan sinyal yang dikirimkan melalui CSR dan kualitas hubungan dengan *stakeholder* sebagai faktor penting dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

c. Bagi Pembaca:

Studi ini bisa menambah wawasan tentang bagaimana CSR berfungsi sebagai sinyal dan bagaimana manajemen dengan *stakeholder* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pembaca dapat menggunakan pengetahuan ini untuk lebih memahami dampak dari kebijakan CSR terhadap persepsi perusahaan dan keputusan investasi,

serta bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan CSR untuk meningkatkan reputasi dan kinerja finansial perusahaan.

C. Saran

Saran yang dapat dipertimbangkan berdasarkan pada hasil dari studi ini yaitu:

1. Para investor disarankan melakukan analisis sebelum melakukan investasi terhadap *annual report* dan *sustainability report* perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menilai integritas perusahaan serta dampak positifnya terhadap reputasi dan keberlanjutan perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai investasi jangka panjang.
2. Untuk perusahaan, disarankan untuk mendorong penerapan regulasi yang lebih ketat terkait dengan pelaporan CSR. Regulasi yang lebih ketat dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR, sehingga memberikan manfaat lebih banyak bagi masyarakat dan lingkungan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar cakupan lokasi dan periode penelitian diperluas. Menggunakan data CSR yang lebih terkini atau metode pengukuran yang lebih objektif agar hasilnya lebih relevan. Tambahkan indikator nilai perusahaan seperti nilai merek dan kepuasan pelanggan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Pertimbangkan juga variabel moderasi dan kontrol tambahan, seperti struktur kepemilikan serta ukuran perusahaan, untuk memperdalam analisis dalam studi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amry Mahdan Abrari, Heri Pratikto & Ely Siswanto. (2022). The Influence Of Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, And Capital Structure On Firm Value With Profitability As Intervening Variable (Study Of Raw Material And Manufacturing Producing Sector Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange In 2016-2020). *International Journal of Economics and Management Research*, 1, 38-54. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v1i3.41>
- Ardi Gunardi, S. M. (2022). Keputusan Investasi dan Nilai Perusahaan Melalui Efek Moderasi Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas: Teori dan Bukti Empiris. (S. M. Egi Arvian Firmansyah, Ed.) Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Aryanto. (2020). Efek Moderasi *Profitabilitas* Pada Pengaruh Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal MONEX*, 9(2), 158–168. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30591/monex.v9i2.1909>
- Alya Zhafira, dan Dwi Astuti, C. (2024). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), Pertumbuhan Penjualan, dan Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3059–3074. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1847>
- Suciwati, DP., Novita Dewi & Bagiada. (2021, September 23). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi Vokasi-[SNAV]*, 9(1), 201-209.
- Dr. Azizul Kholis, S. M. (2020). *Corporate Social Responsibility* Konsep dan Implementasi. Medan: Economic & Business Publishing.
- Dzikir, A.N., Syahnur., dan Tenriwaru. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Atma Jaya Accounting Research (AJAR)*, 3(2), 219-235. <https://doi.org/https://doi.org/10.35129/ajar.v3i02.134>
- Fana, A. A., dan Prena, G. D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 6, 17–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jiab.v6i2.3168>
- Finda Qonita, Moeljadi Moeljadi & Kusuma Ratnawati. (2022). The Influence Of Corporate Social Responsibility On Firm Value Through Corporate Reputation And

- Financial Performance. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 3, 691-701. <https://doi.org/10.38142/ijess.v3i3.271>
- Hamid Rahmad Solling dan Anwar Suhardi M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis.
- Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas* sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3). <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Labibah, N. K. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012. Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/5260/pp-no-47-tahun-2012>
- Purnami, N. L. (2023). Pengaruh Return On Asset, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2021. eprints unmas. Retrieved from <http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/4064>
- Rahmantari, 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. *Journal Unmas Mataram*, 15(1), 813-823. <https://doi.org/https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Rasyid, C. A. M. P. ., Indriani, E. ., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan *Profitabilitas* Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 136–156. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>
- Sari, R., dan Febrianti, R. A. (2021). Moderasi *Profitabilitas* atas Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Volume 12 No. 02, 131–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jiegm.v12i2.1290>
- Sholihin, Mahfud, dan D. R. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0. Badan penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif (3rd ed.). Bandung:Alfabeta.

- Tenriwaru., dan Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel Moderasi. *Atma Jaya Accounting Research (AJAR)*, Vol 3 No 1, 68–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>
- T F W Marc, D. P. (2022, April). The Effect of Price Earning Ratio, Firm Size, and Corporate Social Responsibility on Firm Value (Empirical Study on Pharmaceutical Sub Sector Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange 2016-2020 Period). *Journal Of Applied Sciences In Accounting, Finance, and Tax*. Retrieved from <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JASAFINT>
- Undang-Undang Nomor 47 Tahun 2007. Perseroan Terbatas. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/5.%20UU-40%202007%20PERSEROAN%20TERBATAS.pdf>



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI