

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING  
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi  
di Bursa Efek Indonesia)**



Skripsi Oleh:

**RIZKI RAHMA FADILAH**

**01011181722018**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

### PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia)

Disusun oleh:

Nama : Rizki Rahma Fadilah  
NIM : 01011181722018  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan  
Tanggal 18 November 2022

Dosen Pembimbing  
Ketua,



H. Taufik, S.E., M.B.A  
NIP. 196709031999031001

Tanggal 11 Oktober 2022

Anggota,



Fida Muthia, S.E., M.Sc  
NIP. 199102192019032017

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia)

Disusun oleh:

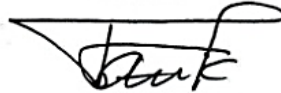
Nama : Rizki Rahma Fadilah  
NIM : 01011181722018  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 04 Januari 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Indralaya, 04 Januari 2023

Panitia Ujian Komprehensif

**Ketua**



H. Taufik, S.E., M.B.A  
NIP. 196709031999031001

**Anggota**



Fida Muthia, S.E., M.Sc  
NIP. 199102192019032017

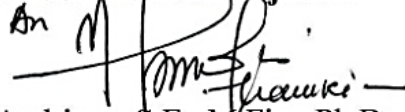
**Anggota**



Nyimas Dewi Murnila Saputri, S.E., M.S.M  
NIP. 199404112019032036

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Manajemen**

An 

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP. 197509011999032001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Rahma Fadilah  
NIM : 01011181722018  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian : Manajemen Keuangan  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia)”

Pembimbing:

Ketua : H. Taufik, S.E., M.B.A  
Anggota : Fida Muthia, S.E., M.Sc  
Tanggal Ujian : 4 Januari 2023

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 21 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



RIZKI RAHMA FADILAH

NIM. 01011181722018

## MOTTO

“... dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah.  
Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah,  
melainkan kaum yang kafir.”  
(QS. Yusuf: 87)

“Tanpa mimpi, kita tak akan mencapai apa-apa.  
Tanpa cinta, kita tak akan merasakan apa-apa.  
Tanpa Allah, kita bukan apa-apa.”  
(Ibnul Qayyim)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia)”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi program Strata 1 (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang menggunakan Tobin’s Q sebagai variabel pengukuran, dengan variabel moderasi profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, dan ditinjau melalui analisis regresi linear sederhana dan berganda. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan belum mendekati kesempurnaan baik dari segi materi, analisis maupun penggunaan Bahasa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua yang membaca skripsi ini demi penyempurnaannya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pembuatan Skripsi ini, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Palembang, 21 Maret 2023



RIZKI RAHMA FADILAH

NIM. 01011181722018

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang selama penelitian dan penyusunan skripsi ini memberikan bantuan, bimbingan, doa serta dukungan dalam proses-proses yang dihadapi, terutama kepada:

1. Allah SWT atas petunjuk, rahmat, ridho, dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua proses dengan sebagaimana mestinya.
2. Bapak H. Taufik, S.E., M.B.A selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, memberikan arahan, masukan, dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Fida Muthia, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing kedua yang selalu sabar, selalu peduli dengan keadaan penulis, selalu memberikan arahan, saran, masukan, dukungan, dan motivasi, serta mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memotivasi penulis dalam penyelesaian studi, dan telah mengapresiasi pencapaian yang penulis capai dalam masa studi.
5. Bapak Dr. Kemas M. Husni Thamrin S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memotivasi penulis dan teman-teman, hingga penulis dapat berada di tahap ini.
6. Ibu Nyimas Dewi Murnila Saputri, S.E., M.S.M selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak saran dan masukan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik lagi.
7. Ibu Prof. Dr. Sulastri M.E., M.KOMP., CIFM., CWM selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan nasihat kepada penulis selama kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

8. Seluruh bapak dan ibu dosen, serta staff dan karyawan yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dan terkhusus kak Helmi dan mbak Ambar yang selalu membantu dalam setiap proses terkait administrasi jurusan.
9. Kedua orang tuaku, ayah dan ibu yang sangat saya sayangi, yang selalu memberikan semua hal terbaik demi anak-anaknya, yang selalu memberikan cinta, kasih, doa, dan usaha, yang selalu sabar dan percaya terhadap apapun yang penulis lakukan, selalu memberikan dukungan, kebahagiaan, dan pelajaran hingga penulis bisa sampai di titik ini. Terima kasih.
10. Saudara dan saudari, keponakan, dan seluruh keluarga, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, dan terutama kucing-kucingku karena selalu memberikan semangat kepada penulis.
11. Diri sendiri yang telah melalui banyak hal namun tetap bertahan dan tetap menghadapinya dengan berbagai upaya hingga saat ini bisa berada di tahap ini.
12. Seluruh teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2017 baik yang di kampus Bukit maupun kampus Indralaya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah kebersamai dan mewarnai masa-masa perkuliahan penulis, dan yang selalu ada disaat penulis membutuhkan sesuatu, memberikan motivasi, dukungan, arahan, *support* dari berbagai sisi, dan banyak hal yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu, terima kasih.
13. Komunitas *Young on Top* (YOT) Palembang periode 2019-2022, BPH IMAJE periode 2018-2020, dan Komunitas Ruang Kebaikan yang telah mempercayai penulis dalam memegang amanah, dan memberikan pengetahuan serta pengalaman baru dalam dunia organisasi dan kerelawanan.
14. Teman-teman SMP dan SMA ku, teman-teman grup *zoo-prio*, tim SUP AlteaCare, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan penulis *support* dalam setiap hal yang penulis lakukan, termasuk teman-teman yang telah lebih dulu menyelesaikan proses perkuliahan ini yang menjadi motivasi bagi penulis agar segera menyusul.



Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan pada umumnya, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak berperan dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.

Palembang, 21 Maret 2023



RIZKI RAHMA FADILAH

NIM. 01011181722018

## ABSTRAK

ASLI

17/9/23

### PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING

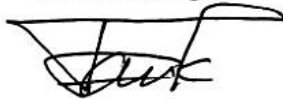
Oleh:

**Rizki Rahma Fadilah**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q, dengan menggunakan profitabilitas yang diukur dengan ROA sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai metode pemilihan sampel, dan *Moderate Regression Analysis* (MRA) sebagai salah satu teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q. (2) *Return on Asset* (ROA) dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

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

**Pembimbing I**



H. Taufik, S.E., M.B.A  
NIP. 196709031999031001

**Pembimbing II**



Fida Muthia, S.E., M.Sc  
NIP. 199102192019032017

**Ketua Jurusan Manajemen**



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP. 197509011999032001

ASLI

17/4/23 dp

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AS MODERATING VARIABLE**

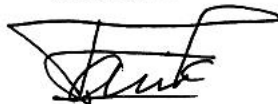
by:

**Rizki Rahma Fadilah**

*This study aims to analyze the effect of corporate social responsibility (CSR) on company value as measured using Tobin's Q, using profitability as measured by ROA as a moderation variable in companies in the Consumer Goods Industry sector of the food and beverage sub-sector on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. This research used quantitative approaches and secondary data in the form of company financial statements using the purposive sampling method as a sample selection method, and Moderate Regression Analysis (MRA) as one of the data analysis techniques used in this study. The results of this research show that (1) CSR has no significant effect on the value of the company proxied by Tobin's Q. (2) Return on Asset (ROA) can moderate the relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) to company value in the Consumer Goods Industry sector of the food and beverage sub-sector on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020.*

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

**Advisor I**



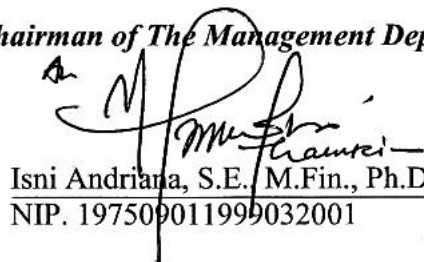
H. Taufik, S.E., M.B.A  
NIP. 196709031999031001

**Advisor II**



Fida Muthia, S.E., M.Sc  
NIP. 199102192019032017

**Chairman of The Management Departement**



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP. 197509011999032001

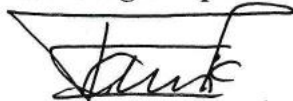
## LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Rizki Rahma Fadilah  
NIM : 01011181722018  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia)

Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

### Pembimbing Skripsi I



H. Taufik, S.E., M.B.A  
NIP. 196709031999031001

### Pembimbing Skripsi II



Fida Muthia, S.E., M.Sc  
NIP. 199102192019032017

### Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D  
NIP. 197509011999032001

## RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Rizki Rahma Fadilah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 11 Desember 1999  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat Rumah : Jl. Tanjung Burung Kec. Ilir Barat II Kel. 30 Ilir,  
Palembang, Sumatera Selatan.  
Alamat Email : rizkirahma10@gmail.com  
No. Hp : 0822-1466-4478

Pendidikan Formal

2005 – 2011 : SD Negeri 115 Palembang  
2011 – 2014 : SMP IT Izzuddin Palembang  
2014 – 2017 : SMA IT Izzuddin Palembang

Pendidikan Non Formal : Apiary Academy – Product Management (2022)

Pengalaman Organisasi

2018/2019 : Wakil Bendahara IMAJE FE UNSRI  
2019/2020 : Bendahara Umum IMAJE FE UNSRI  
2019/2020 : Program Staff YOT Palembang  
2021/2022 : *Director of Treasury* YOT Palembang  
2020 – 2022 : *Core Team* Ruang Kebaikan

Penghargaan Prestasi

2022 : *Runner Up National Best Talent* IndonesiaNEXT  
*Season 6 by* Telkomsel

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK.....	xi
RIWAYAT HIDUP.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	17
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.4.2 Manfaat Praktis .....	18
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN .....	19
2.1 Landasan Teori.....	19

2.1.1 Stakeholder Theory .....	19
2.1.2 Signaling Theory .....	20
2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR) .....	22
2.1.4 Profitabilitas .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
2.4 Hipotesis Penelitian.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	51
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.4 Populasi dan Sampel .....	52
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	53
3.5.1 Variabel Dependen.....	53
3.5.2 Variabel Independen .....	54
3.5.3 Variabel Moderating .....	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	58
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	58
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.3 Uji Hipotesis.....	62
3.6.4 Analisis Regresi Moderasi .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	66
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	66

4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.1.3 Uji Hipotesis.....	75
4.2 Pembahasan.....	82
4.2.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Nilai Perusahaan .....	82
4.2.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan .....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rata – Rata Variabel ROA dan Tobin’s Q Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2018-2020 .....	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Proses Pengambilan Sampel Penelitian .....	53
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	56
Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	61
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif .....	66
Tabel 4.2 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	72
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 4.6 Uji Koefisien Regresi.....	75
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Moderasi.....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1 Garis Normal Plot Uji Normalitas .....	70
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas .....	71
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	73

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Pertumbuhan Industri Pengolahan Makanan-Minuman... 14

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Aktivitas bisnis masih sering dianggap sebagai pemanfaatan sumber daya yang belum memperhatikan aspek keberlanjutan dan memiliki kecenderungan terhadap profit (Ramadhani, 2016). Persoalan-persoalan kegiatan bisnis menuntut perusahaan untuk mampu mengoperasikan perusahaan semaksimal dan seefektif mungkin agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan (Aprilia, 2018). Tujuan teoritis perusahaan menurut Barnett and Salomon (2003) adalah organisasi yang memaksimalkan keuntungannya dengan melakukan hal yang menurutnya akan menjadi keuntungan terbesar. Keuntungan menurut Warren *et al.* (2017) adalah selisih antara uang yang diterima atas barang atau jasa yang dihasilkan dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang atau jasa tersebut. Tujuan perusahaan yang lebih umum bagi sebuah perusahaan menurut Ross *et al.* (2015) adalah untuk memaksimalkan nilai pasar dan ekuitas para pemilik yang ada. Sedangkan bagi Margaretha (2005) tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai atau kekayaan perusahaan bagi para pemegang saham.

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya harus mampu mengelola hubungan baik dengan para pemangku kepentingan agar perusahaan dapat menggunakan sumber daya dan dapat menyalurkan produk (barang dan jasa), serta mampu menciptakan hubungan yang positif terhadap para pemangku

kepentingan agar terjadinya keberlanjutan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya (Robbins and Coulter, 2010). Masyarakat merupakan salah satu hal yang paling penting dalam keberadaan suatu perusahaan agar perusahaan dapat berkembang dan terus menjalankan kegiatan operasionalnya (Anggusti, 2019). Kegiatan operasional suatu perusahaan haruslah berdasarkan dengan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan, menurut Griffin and Ebert (2005) tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi khususnya perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap para pemegang saham maupun pemangku kepentingan seperti konsumen, karyawan, pemasok, komunitas lokal dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang dapat menimbulkan masalah-masalah pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk, tenaga kerja, dan lainnya. Selain itu, menjaga hubungan baik dengan pemasok dan pemegang saham harus dikelola dengan hati-hati, dan melindungi hak-hak para pemegang saham dengan mengelola perusahaan terkhususnya kinerja keuangan perusahaan juga harus dilakukan dengan sebaik-baiknya.

Tanggung jawab sosial perusahaan awalnya digambarkan sebagai bentuk simpatik dan bentuk kedermawanan perusahaan. Namun, sejak terbitnya buku berjudul *Social Responsibility of the Businessman* oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953, ide yang dikemukakannya mengacu mengenai kewajiban para pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya, dan dalam mengoperasikan perusahaan harus sejalan berdasarkan tujuan dan

nilai-nilai masyarakat di tempat beroperasinya perusahaan tersebut (Bowen, 2013). Secara konsep, menurut Putra (2016) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul dikarenakan adanya kenyataan untuk memaksimalkan keuntungan, yang mana hal ini mengakibatkan kebanyakan perusahaan memfokuskan kepentingan hanya kepada *shareholder* (pemegang saham) dan mengabaikan kepentingan *stakeholder* (pemangku kepentingan) dikarenakan menurut mereka para *shareholder* memberikan kontribusi yang nyata dengan menjadi investor yang dapat memberikan banyak keuntungan kepada perusahaan dibandingkan para *stakeholder* yang menurut mereka tidak memberikan kontribusi, sehingga merasa bahwa peran *stakeholder* tidak memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Menurut Iskandar (2016) CSR merupakan kegiatan yang mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan serta merupakan perilaku etis dan sikap tanggung jawab perusahaan dalam pengambilan keputusan. Menurut Ayem dan Nikmah (2019) jika perusahaan memandang dimensi sosial, lingkungan hidup, dan mampu menyeimbangkan kepentingan-kepentingan ekonomi, maka keberlanjutan suatu perusahaan akan terjamin beserta tercapainya tujuan serta bertumbuhnya nilai perusahaan. Hal ini berkesinambungan dengan anjuran Elkington (1998) mengenai konsep *triple bottom line* yang menempatkan tiga ukuran kinerja sekaligus, yaitu *Economic*, *Environmental* dan *Social* (EES) atau yang biasa dikenal dengan 3P: *profit-planet-people*,

bahwasannya dalam mengukur nilai/kinerja perusahaan tak hanya berfokus pada profit atau laba, tetapi juga pada masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi.

Pengaturan mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 yang bertujuan untuk mengatur perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam agar dapat melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa, kewajiban CSR ini bertujuan untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Apabila ada perseroan yang tidak menjalankan kewajiban tersebut, maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, hal ini dijelaskan pada Pasal 74 ayat (3).

Perusahaan dalam menjalankan kewajiban tanggung jawab sosialnya harus menganggarkan, memuat, dan mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan tahunan perusahaan sebagai media pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Gunawan *et al.*, 2019). Sebagai aset yang strategis dan kompetitif bagi perusahaan, penerapan CSR memiliki banyak keuntungan bagi perusahaan, misalnya dalam peningkatan kinerja keuangan dan peningkatan profitabilitas perusahaan, menurunkan risiko konflik dengan para *stakeholder*, dan meningkatkan reputasi perusahaan yang merupakan salah satu bagian dari *marketing* perusahaan demi meningkatkan citra dan *brand image* perusahaan

agar tercapainya target perusahaan yang merupakan peningkatan keuntungan (Susiloadi, 2008).

Menurut Jovita dan Lisandri (2020), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah refleksi dari sebuah perusahaan dalam mempertanggungjawabkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan kepada para pemangku kepentingan, pemegang saham, karyawan, lingkungan, maupun masyarakat luas. Menurut Setiangingrum (2015), nilai perusahaan akan semakin tinggi dan para *shareholder* berminat untuk menanamkan investasinya di perusahaan tersebut dikarenakan perusahaan mempunyai motif untuk meningkatkan keuntungan dan kemakmuran *shareholder* dengan menerapkan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang (Jovita dan Lisandri, 2020).

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Melani dan Wahidahwati (2017), tingginya nilai perusahaan akan membuat keberadaan perusahaan lebih disorot dan para *stakeholder* akan merasa puas dikarenakan perusahaan mampu memanfaatkan semaksimal mungkin mengenai manfaat yang diterima *stakeholder*, sehingga para *stakeholder* akan merasa puas dan akan membantu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, menurut Hidayat *et al.* (2021) pengungkapan CSR dalam *annual report* dapat memperkuat citra perusahaan.



Selaras dengan hasil penelitian Latupono dan Andyani (2015) yang menyatakan bahwa tingginya pengungkapan CSR yang dilakukan akan membuat perusahaan mendapatkan apresiasi positif dari para *stakeholder* yang ditunjukkan dengan meningkatnya harga saham perusahaan. Dengan meningkatnya harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan meningkat dan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Selain itu, menurut penelitian Ayem dan Nikmah (2019) yang menyatakan bahwa dengan meningkatnya nilai perusahaan yang disebabkan oleh tingginya tingkat pengungkapan CSR, maka investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian Bawafi dan Prasetyo (2015) yang menyatakan bahwa besar kecilnya penerapan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selaras dengan penelitian Wulandari *et al.* (2016) yang mengungkapkan bahwa peningkatan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya praktik CSR yang dilaksanakan yang mengindikasikan bahwa perusahaan peduli kepada semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, dan diharapkan dapat memenuhi keinginan dari *stakeholder* agar terciptanya hubungan yang baik yang mengakibatkan perusahaan bergerak secara berkesinambungan, serta mendapatkan apresiasi positif yang dicerminkan dari harga saham dan laba perusahaan yang meningkat. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmantari *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa penerapan CSR yang baik akan membangun citra positif perusahaan dimata masyarakat maupun pihak eksternal perusahaan lainnya dan nilai perusahaan akan

tumbuh secara berkelanjutan asalkan perusahaan tetap memperhatikan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, dan adanya peningkatan oleh perusahaan mengenai kepedulian dan kesejahteraan di lingkungan perusahaan baik eksternal maupun internal.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Laili *et al.* (2019), meskipun CSR akan menguntungkan dalam jangka panjang, CSR masih menjadi beban yang mengurangi laba secara sia-sia. Hal ini dikarenakan adanya anomali antara CSR dan kinerja keuangan, dimana ketika CSR diimplementasikan, maka kinerja keuangan perusahaan menurun. Ketika kinerja keuangan perusahaan menurun, maka akan berpengaruh terhadap keputusan investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan kinerja keuangan digunakan oleh investor untuk dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi. Menurut Listiadi (2015), kinerja keuangan merupakan cerminan kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan perusahaan. Kinerja keuangan erat keterkaitannya dengan penentuan ukuran-ukuran dalam mengukur keberhasilan kegiatan operasional perusahaan yang dicerminkan dari profitabilitas, ukuran, dan laju pertumbuhan Pramukti dan Buana (2019).

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi pengungkapan CSR, salah satu diantaranya yaitu profitabilitas (Jovita dan Lisandri, 2020). Menurut Rahmantari *et al.* (2019), profitabilitas merupakan kemampuan manajemen perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Sedangkan menurut Wulandari *et al.* (2016), profitabilitas perusahaan merupakan laba bersih yang

dihasilkan oleh perusahaan dalam periode akuntansi. Secara teoritis semakin tingginya pencapaian tingkat profitabilitas, maka hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan akan semakin kuat pula (Suharti, 2015).

Penggunaan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini dikarenakan semakin tingginya tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar (Jovita dan Lisandri, 2020). Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel dan bebas dalam pengungkapan CSR kepada pemegang saham, dan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat mendorong perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Wulandari *et al.*, 2016). Tingginya tingkat profitabilitas juga dapat memicu para *stakeholder* untuk meningkatkan kepentingan dan harapan akan transparansi yang dilakukan oleh perusahaan, karena pengungkapan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang perusahaan lakukan merupakan bentuk implementasi yang merupakan salah satu hal yang diharapkan para *stakeholder* (Jovita dan Lisandri, 2020). Selain itu, peningkatan profitabilitas akan memberikan dampak pada peningkatan nilai perusahaan, karena profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur investor dalam menanamkan modalnya di suatu perusahaan (Melani dan Wahidahwati, 2017).

Hasil penelitian Putri (2014) menyatakan bahwa nilai rata-rata profitabilitas yang dilakukan perusahaan menunjukkan besarnya pengembalian laba perusahaan kepada investor yang mengisyaratkan bahwa

di masa yang akan datang perusahaan memiliki prospek yang tinggi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, yang dicerminkan dengan tingginya harga saham perusahaan yang meningkat. Menurut Wulandari *et al.* (2016), meningkatnya harga saham perusahaan membuat nilai perusahaan menjadi tinggi. Namun hal ini berbeda dengan hasil penelitian Rahmantari *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa peningkatan profitabilitas tidak bersamaan dengan kenaikan harga saham, sehingga membuat nilai perusahaan menurun.

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penilaian investor terhadap ekuitas yang dimiliki perusahaan pada nilai saham perusahaan (Ayem dan Nikmah, 2019). Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai yang mencerminkan kinerja perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan di mana nilai ini akan menjadi nilai acuan yang bersedia dibayar investor jika perusahaan akan dijual (Laili *et al.*, 2019). Menurut Brigham and Houston (2012), harga saham merupakan cerminan penilaian investor terhadap keberhasilan perusahaan di masa depan yang apabila harga saham tinggi, maka nilai perusahaan tinggi dan begitupun sebaliknya. Tingginya nilai perusahaan akan membuat keberadaan perusahaan disorot oleh para *stakeholder* dan akan membuat para *stakeholder* merasa puas dikarenakan tingginya nilai perusahaan tersebut (Melani dan Wahidahwati, 2017).

Perusahaan menganggap nilai perusahaan sebagai sesuatu yang sangat penting, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan yang diikuti dengan kenaikan harga saham, berarti meningkatnya kemakmuran pemegang saham (Hidayat *et al.*, 2021). Hal ini selaras dengan tujuan utama manajemen dalam

suatu perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham (*stockholder wealth maximization*) atau memaksimalkan harga saham biasa perusahaan (Brigham and Houston, 2012). Manajer yang sekaligus pemegang saham perusahaan dengan pengelolaan yang baik akan mengoptimalkan peningkatan kinerja dan membuat pencapaian maksimum pada nilai perusahaan agar kesejahteraan pemegang saham meningkat (Hidayat *et al.*, 2021). Selain itu, perusahaan bersedia mengungkapkan informasi apabila informasi tersebut mampu meningkatkan nilai perusahaan, termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (Latupono dan Andyani, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian oleh Ayem dan Nikmah (2019) yang menunjukkan pengaruh positif antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan, menyatakan bahwa besarnya pelaksanaan dan pengungkapan CSR akan membuat nilai perusahaan semakin besar pula. Hal ini dikarenakan ketertarikan investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Selain itu, penelitian Javeed and Lefen (2019) mengungkapkan bahwa CSR mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan kepercayaan *stakeholder* melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas. Selaras dengan penelitian oleh Wulandari *et al.* (2016) yang menunjukkan bahwa peningkatan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap semua pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan, dan diharapkan

dapat memenuhi keinginan dari para *stakeholder* agar tetap terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan *stakeholder*-nya.

Berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya, hasil penelitian oleh Anggraini dan Hariyati (2021) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara CSR dan nilai perusahaan, serta nilai perusahaan tidak dapat meningkat meskipun perusahaan melakukan pengungkapan CSR. Selain itu, investor tidak menjadikan pengungkapan CSR sebagai dasar pertimbangan dalam berinvestasi, karena investor beranggapan bahwa pelaksanaan CSR merupakan sebuah kewajiban yang harus perusahaan lakukan dimana jika tidak dilakukan akan menyebabkan perusahaan terkena sanksi dan akan memengaruhi nilai dan citra perusahaan, sehingga hal ini akan memengaruhi investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Wedayanti dan Wirajaya (2018) juga menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh pada peningkatan nilai perusahaan, karena ketika nilai pengungkapan CSR tinggi, maka terjadilah penurunan pada nilai perusahaan.

Dikarenakan terdapat inkonsistensi dari hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk menguji kembali penelitian ini. Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Wedayanti dan Wirajaya (2018) dimana variabel *moderating* yang digunakan adalah ukuran perusahaan, dan penelitian dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan

pertama pada penelitian ini yaitu variabel *moderating* yang digunakan merupakan profitabilitas yang diproksikan menjadi ROA. Penggunaan profitabilitas dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Perbedaan kedua terdapat pada pengukuran nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada penelitian ini, pengukuran nilai perusahaan menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini dianggap memberikan informasi terbaik, karena dalam Tobin's Q mencakup semua elemen utang dan ekuitas saham perusahaan, tidak hanya saham biasa dan bukan hanya ekuitas perusahaan yang disertakan tetapi semua aset perusahaan (Hidayat *et al.*, 2021). Nilai yang lebih besar dari Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena nilai pasar yang lebih besar dari aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan (Susilo, 2018). Selain itu menurut Sudiyatno dan Puspitasari (2010), Tobin's Q banyak digunakan peneliti untuk menganalisis kondisi, potensi, dan kecenderungan sebuah perusahaan.

Perbedaan yang ketiga yaitu penggunaan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2020 dengan sub sektor industri barang konsumsi sebagai objek penelitian. Alasan penggunaan perusahaan pada sektor industri barang konsumsi di penelitian ini dikarenakan industri barang konsumsi merupakan industri yang berkaitan erat dengan lingkungan sekitar dan masyarakat luas (Bawafi dan Prasetyo, 2015). Industri barang konsumsi termasuk ke dalam industri pengolahan yang

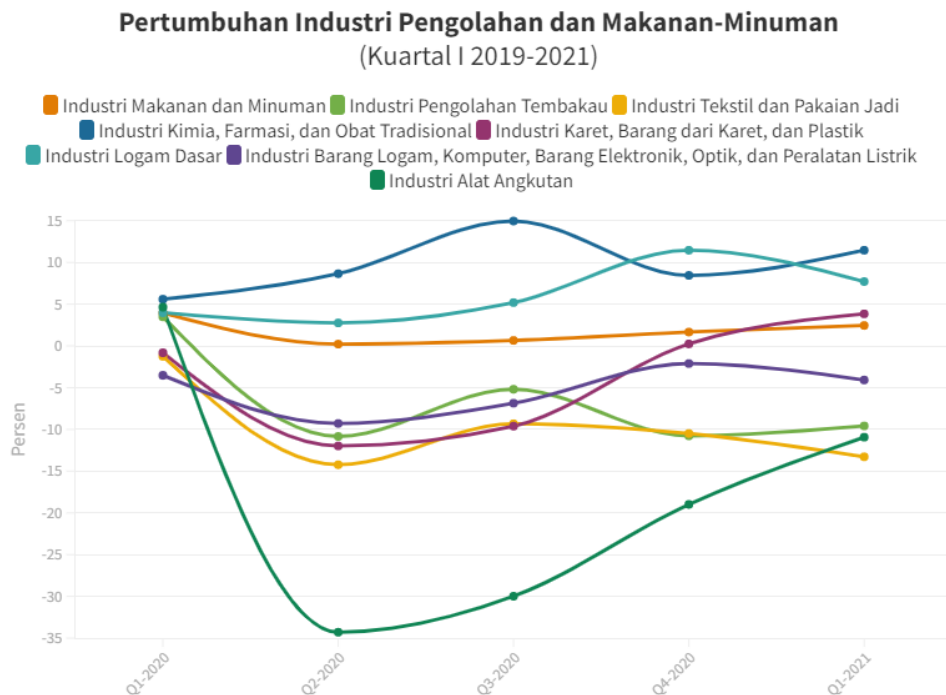
mengelola bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, yang memproduksi, dan menyediakan kebutuhan masyarakat sehari-hari (Suryanti, 2021). Selain itu, latar belakang pemilihan industri ini dikarenakan sektor industri barang konsumsi termasuk dalam *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) dimana perkembangan sektor dan perputaran jumlah hasil penjualan perusahaan ini sangat cepat. Hal ini dikarenakan tidak perlu waktu yang lama untuk menyimpan produk, sehingga dapat menghemat biaya, dan dapat membuat harga menjadi terjangkau dikalangan konsumen.

Industri barang konsumsi adalah industri yang memiliki kaitan yang sangat erat dengan lingkungan sekitar maupun masyarakat luas, dan produk yang dihasilkan dari perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam industri ini tidak lepas dari produksi dan penggunaan sumber daya yang ada (Bawafi dan Prasetyo, 2015). Dalam ilmu ekonomi, faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan oleh pabrik atau perusahaan dalam proses pembuatan (produksi) barang dan jasa. Setidaknya ada 4 faktor yang dibutuhkan dalam produksi, yaitu modal (*capital*), tenaga kerja (*labor*), sumber daya alam (*natural resources*), dan kewirausahaan (*entrepreneurship*) (Hadad, 2020).

Seluruh dunia termasuk Indonesia saat ini mengalami dan merasakan dampak dari pandemi Covid-19. Krisis kesehatan dan perlambatan ekonomi telah menyebabkan sejumlah industri terpuruk, sehingga tak banyak industri yang mampu bertahan (Bayu, 2021). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2021), industri makanan dan minuman sejak kuartal II-2020 sampai kuartal I-2021 menunjukkan peningkatan yang konsisten dengan



pertumbuhan industri mencapai 2,45% termasuk salah satu yang tertinggi di sektor industri pengolahan.



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

### Grafik 1.1 Pertumbuhan Industri Pengolahan Makanan-Minuman

Dikarenakan industri barang konsumsi melibatkan banyak faktor termasuk penggunaan sumber daya yang ada yang bersinggungan langsung dengan lingkungan dan masyarakat, industri ini dapat menjadi salah satu industri yang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap stabilitas perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Bawafi dan Prasetyo, 2015). Setiap industri termasuk Industri barang konsumsi berpotensi menimbulkan pengaruh yang dapat menimbulkan masalah limbah, baik limbah cair, padat, ataupun gas (Putra, 2016). Hal ini dapat

dilatarbelakangi oleh data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik 2018 mengenai Pencemaran Lingkungan Hidup di Indonesia yang menyatakan bahwa desa di Indonesia mengalami pencemaran air, tanah, dan udara sebanyak 16.847, 2.200, dan 8.882 desa. Tingginya kasus yang terjadi harapannya mampu dipertanggungjawabkan oleh setiap pihak, termasuk perusahaan karena perusahaan memanfaatkan banyak sumber daya yang ada, dan perusahaan harus berani bertanggung jawab atas ketersediaan sumber daya kedepannya dan penggunaan daya yang sudah digunakan agar kedepannya perusahaan dapat terus berkembang secara berkelanjutan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perusahaan industri barang konsumsi dengan sub sektor makanan dan minuman yang telah *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Menurut Yolandha (2021), sektor makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang memiliki tren pertumbuhan positif dan konsisten memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini dikarenakan industri makanan dan minuman merupakan sektor yang memiliki permintaan yang tinggi, terlebih lagi pada saat pandemi masyarakat diharuskan untuk mengkonsumsi asupan bergizi demi menjaga kesehatan dan meningkatkan imunitas tubuh (Yolandha, 2021). Dengan tingginya permintaan tersebut, maka dari itu perusahaan industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman harus memiliki keadaan yang baik. Berikut merupakan rata-rata nilai ROA dan Tobin's Q pada perusahaan industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Rata – Rata Variabel ROA dan Tobin’s Q Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2018-2020**

Variabel	2018	2019	2020
ROA	-512.94%	16.07%	10.78%
Tobin's Q	315.92%	295.30%	226.26%

Sumber: data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa terjadinya nilai fluktuasi pada nilai ROA selama tahun 2018-2020. Fluktuasi pada nilai ROA dipengaruhi oleh laba bersih setelah pajak atas rata-rata jumlah asset secara keseluruhan, dimana semakin besar ROA berarti menunjukkan bahwa penggunaan asset baik sehingga perusahaan mendapatkan laba, dan begitupun sebaliknya (Cahya dan Riwoe, 2018). Sedangkan nilai Tobin’s Q pada tahun yang sama mengalami penurunan. Menurut Hidayat *et al.* (2021), Tobin’s Q merupakan rasio perbandingan nilai pasar perusahaan dengan seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi, yang jika semakin besar nilai Tobin’s Q, maka kemungkinan perusahaan akan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Dalam teori *signaling*, pengukuran kinerja perusahaan merupakan hal yang krusial dalam hubungan antara perusahaan dan *stakeholder*-nya. Pengukuran kinerja dengan menggunakan ROA diharapkan dapat menjadi sinyal bagi para investor untuk membuat keputusan berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, yang nantinya akan mampu meningkatkan nilai dan harga saham pada saat investor membeli saham perusahaan (Rahmantari *et al.*, 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia)”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah Profitabilitas sebagai variabel *moderating* memengaruhi *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh Profitabilitas sebagai variabel *moderating* antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan pada sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis dari dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti *Corporate Social Responsibility*, dan profitabilitas sebagai variabel *moderating*, serta menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa dengan menambahkan faktor-faktor dan variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini, dapat menjadi referensi tambahan dan sebagai literatur untuk peneliti selanjutnya.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan dapat memberikan gambaran secara bijak dalam berinvestasi, serta dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan perusahaan agar dapat lebih meningkatkan kepedulian dan tanggung jawabnya pada lingkungan sosial dan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. R., & Hariyati. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Intellectual Capital sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Bisnis, Dan Ekonomi*, Vol 1, No, 21–31.
- Anggusti, M. (2019). *Pengelolaan Perusahaan dan Kesejahteraan Tenaga Kerja*. Bhuana Ilmu Populer.
- Anjani, A. B. (2021). Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Mendukung Sustainable Development Goals 2030 (Studi Kasus Pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Pupuk Kujang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 10(1).
- Anser, M. K., Zhang, Z., & Kanwal, L. (2018). Moderating effect of innovation on corporate social responsibility and firm performance in realm of sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 799–806. <https://doi.org/10.1002/csr.1495>
- Ansong, O. S. A. A. (2017). Corporate social responsibility and firm performance of Ghanaian SMEs: Mediating role of access to capital and firm reputation. *Journal of Global Responsibility*, 8(1), 47–62. <https://doi.org/10.1108/JGR-03-2016-0007>
- Aprilia, R., Puspitaningtyas, Z., & Prakoso, A. (2018). Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover, dan Debt to Equity Ratio Terhadap Price to Book Value dengan Return On Asset sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 11(3), 329–358.
- Aprilianto, B., Wulandari, N., & Kurrohman, T. (2014). Perilaku Investor Saham Individual dalam Pengambilan Keputusan Investasi: Studi Hermeneutika-Kritis. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 16–31.
- Ayem, S., & Nikmah, J. (2019). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(2), 138–149. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.874>
- Barnett, M. L., & Salomon, R. M. (2003). Throwing a Curve at Socially Responsible Investing Research. *Organization & Environment*. <https://doi.org/10.1177/1086026603256285>
- Bawafi, M. H., & Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 721–730.
- Bayu, D. J. (2021). Daya Tahan Industri Makanan dan Minuman di Masa Pandemi

- Covid-19. Analisis Data Katadata.  
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6108e72a74512/daya-tahan-industri-makanan-dan-minuman-di-masa-pandemi-covid-19>
- Bowen, H. R. (2013). Social responsibilities of the businessman. In *Social Responsibilities of the Businessman*. <https://doi.org/10.2307/3708003>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2007). Fundamentals of financial management (Dasar-dasar Manajemen Keuangan). In *Engineering and Process Economics*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (11th ed.). Salemba Empat.
- Buck, B., & Espinach, L. (2014). GRI G4 Guidelines and ISO 26000:2010 How to use the GRI G4 Guidelines and ISO 26000 in conjunction. ISO 26000 Post Publication Organization (PPO). <http://www.mas-business.com/docs/introduction-to-G4.pdf>
- Cahya, K. D., & Riwoe, J. C. (2018). Pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan dengan sustainability reporting sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar di LQ 45. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 46–70.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dianawati, W., Agustia, D., & Laila, N. (2020). The influence of corporate social responsibility (CSR) disclosure on firm values with stakeholder reaction as the mediation variable. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- Fontaine, C., Haarman, A., & Schmid, S. (2005). Stakeholder theory of MNC. In *Stakeholder Theory: A European Perspective*.
- Freeman, R. E. (2004). The Stakeholder Approach Revisited. *Zeitschrift Für Wirtschafts- Und Unternehmensethik*. <https://doi.org/10.5771/1439-880x-2004-3-228>
- Freeman, R. E., & David, L. R. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*. <https://doi.org/10.2307/41165018>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>

- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2005). *Business*. Pearson/Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=O-2UPwAACAAJ>
- Gunawan, N. S. S., Meutia, I., & Yusnaini, Y. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Utama dan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Urnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*. <https://doi.org/10.29259/ja.v12i2.9313>
- Hamid, E. (2021). Analisis Perputaran Persediaan Dalam Menilai Return On Asset (ROA) Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2015 - 2019. *Parameter*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.157>
- Hamzah, A., & Widyawati, D. (2020). Pengaruh profitabilitas, pengungkapan corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(9), 1–17.
- Harjoto, M. A. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Excessive Risk Taking and Firm Value. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2777215>
- Hartono, J. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi Sepuluh)*. In Yogyakarta: BPF.
- Hidayat, W. W., Yuniati, T., Prasetyo, E. T., & Husadha, C. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage dan CSR terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus Perusahaan Jasa di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*.
- Hutabarat, A. C., & Siswantaya, I. G. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.
- Hutagalung, Y. P., & Putra, S. S. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(2), 377–385. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i2.3293>
- Iskandar, I. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1). <https://doi.org/10.29264/jfor.v18i1.48>
- Javeed, S. A., & Lefen, L. (2019). An analysis of corporate social responsibility and firm performance with moderating effects of CEO power and ownership structure: A case study of the manufacturing sector of Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/su11010248>
- Jovita, S., & Lisandri. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol 21, No.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi (F. Zulkarnain (ed.))*. UMSU PRESS.



- Kalsum, U. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Value; Case Study in LQ45 Company. *Journal La Bisecoman*, 01(01), 18–24.
- Kasmir. (2014). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Satu, Cetakan Ketujuh. In Raja Grafindo Persada.
- Keraf, A. S. (1998). Etika bisnis : tuntutan dan relevansinya. Kanisius.
- Laili, C. N., Djazuli, A., & Indrawati, N. K. (2019). the Influence of Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Size on Firm Value: Financial Performance As Mediation Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 179–186. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.20>
- Latupono, S. S., & Andyani. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 4(8), 1–15.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Dinamik*, 14(2), 90–97.
- Listiadi, A. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Manifestasi Pembelajaran Investasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3, 197–213.
- Margaretha, F. (2005). Teori dan aplikasi manajemen keuangan : investasi dan sumber dana jangka pendek. In Jakarta: Grasindo.
- Melani, S., & Wahidahwati. (2017). Pengaruh CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(10), 1–24.
- Mustofa, N., & Suaidah, Y. M. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Ta. Jca (*Jurnal Cendekia Akuntansi*), 1(2), 31.
- Nurhayati, I., Poerwati, T., & Kartika, A. (2019). Dampak Moderasi Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengaruh CSR Pada Nilai Perusahaan di Indonesia. 978–979.
- Pramastuti, S. (2007). Analisis Kebijakan Dividen: Pengujian Dividen Signalling Theory dan Rent Extraction Hypothesis. Universitas Gadjah Mada.
- Pramukti, A., & Buana, A. P. (2019). Kinerja Keuangan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial. *Owner*, 3(2), 301.
- Putra, A. S. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.8002>

- Putri, O. P. P. (2014). Peran Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel Dari Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi*, 1–18.
- Rahmantari, N. L. L., Sitiari, N. W., & Dharmanegara, I. B. A. (2019). Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jaadhita*, 6(2), 121–129.
- Ramadani, M. H. M. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak dan Gas Bumi di Bursa Efek Indonesia)
- Ramadhani, I. A. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi (Studi pada Perusahaan High-Profile Go Public yang Mempublikasikan Sustainability Report pada Tahun 2009-2012). Universitas Brawijaya.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen (Edisi Kesepuluh)*. Penerbit Erlangga.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS (Edisi Revi)*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Ross, S. A. (1977). Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation: Discussion. *The Journal of Finance*.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2015). *Fundamentals of Corporate Finance*. In The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Setiangingrum, W. A. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). Universitas Negeri Semarang.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*. Salemba Empat.
- Solimun. (2010). *Pemodelan Persamaan Struktural Pendekatan PLS*. Brawijaya.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., Yuniawati, I., Hidayatulloh, A. N., M, I. H., & Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif (R. Watrianthos & J. Simarmata (eds.))*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudiyatno, B., & Puspitasari, E. (2010). Tobin's Q dan Altman Z-Score sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, 2(1), 9–21.
- Suharti. (2015). Pengaruh Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang

- Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014). In UMY Repository Department of Accounting.
- Sulistiyo, F., & Yuliana, I. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Kecukupan Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Islamic Social Report (ISR) sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2).
- Sunaryo, I., Widarno, B., & Suharno. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 14.
- Suryanti. (2021). Analisis Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020.
- Susanto, A. B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group.
- Susilawati, C. D. K. (2012). Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas , Solvabilitas , dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Akuntansi*.
- Susilo, D. E. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility to the Corporate Value. *Journal of Business Management and Accounting*, 2(2), 85–96.
- Susiloadi, P. (2008). Implementasi Corporate Social Rspnsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. *Surakarta Journal of Accounting*.
- Tunpornchai, W., & Hensawang, S. (2018). Effects of Corporate Social Responsibility and Corporate Governance on Firm Value: Empirical Evidences of the Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand in the SET100. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*. <https://doi.org/10.12778/235108618x15452373745956>
- Veronika, Y., Fatahurrazak, & Manik, T. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderator Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. 6(4), 1–8.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Wahyuni, E. T., & Yusuf, A. A. (2017). *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia (Edisi 4)*. In Salemba Empat.
- Watts, P., & Holme, R. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Conches-Geneva, Switzerland : World Business Council for Sustainable Development.
- Wedayanti, L. P., & Wirajaya, I. G. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Widjanarta. (2020). *Mengenal CSR/PKBL Untuk Energi Terbarukan*. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Wulandari, A. A., Ramantha, I. W., & Wirakusuma, M. G. (2016). Dampak Moderasi Profitabilitas terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility

pada Nilai Perusahaan Manufaktur. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.

Yolandha, F. (2021). Industri Makanan dan Minuman Tetap Tumbuh Positif Selama Pandemi. *Republika.Co.Id*.

Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37 (October), 89–96.