

## **INTERVENING PROFITABILITAS : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**Tri Nur Astuti<sup>1</sup>, Mursalim Mursalim<sup>2</sup>, Ummu Kalsum<sup>\*3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muslim Indonesia; Jl. Urip Sumiharjo Makassar

<sup>3</sup>Jurusan Akuntansi, Universitas Muslim Indonesia Makassar

e-mail: [1, \[2mursalim@umi.ac.id\]\(mailto:mursalim@umi.ac.id\),](mailto:trinurastutidaliman@gmail.com)

[\\*3ummukalsum.ak@umi.ac.id](mailto:ummukalsum.ak@umi.ac.id)

### **Abstrak**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji profitabilitas sebagai intervening dari variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder dan menggunakan metode pengumpulan data yaitu dokumentasi dan kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, dan Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas mampu memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan sebagai variabel intervening.

**Kata kunci** : CSR; ROA; Tobin'Q; Nilai Perusahaan.

### **Abstract**

*The purpose of this research is to test profitability as an intervening of the Corporate Social Responsibility (CSR) variable on Firm Value and Profitability. This study uses a sample of mining companies listed on the Stock Exchange and uses a purposive sampling technique. This research is a quantitative research. The data used is secondary data and uses data collection methods, namely documentation and literature. Based on the results of research conducted using Partial Least Square (PLS), it shows that Corporate Social Responsibility has a negative and insignificant effect on firm value. Corporate Social Responsibility has a positive and significant effect on Profitability, and Profitability has a negative and insignificant effect on Firm Value and Profitability is able to mediate Corporate Social Responsibility on Firm Value as an intervening variable.*

**Keywords** : CSR; ROA; Tobin'Q; firm value.

### **PENDAHULUAN**

Penelitian dalam kajian ekonomi modern telah mengangkat berbagai masalah lingkungan seperti pemanasan global dan kegiatan industri yang berdampak langsung pada lingkungan sekitarnya (York et al., 2003; Hertwich, 2005; McCright & Dunlap, 2000; Murdifin et al., 2019; Winarto & Rachmawati, 2020). Menurut Murdifin et al., (2019) Perusahaan dan dunia usaha biasanya hanya menerapkan konsep *profit maximization* (konsep yang dianut oleh para kapitalis). Tetapi pada saat yang sama mereka melanggar asas mufakat dan karena hanya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan sendiri (Suartana, 2010; Pramukti & Buana, 2019).

Topik penelitian ini berkaitan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan salah satu bentuk komunikasi dengan *stakeholders* untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah memperhatikan lingkungan, alam dan masyarakat (Aryani & Zuchroh, 2018). CSR ditujukan untuk membantu meningkatkan kualitas hidup melalui

pemberdayaan masyarakat dan investasi di masyarakat (Kustono & Nanggala, 2019). Penerapan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, investasi sosial perusahaan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan yang tentu saja akan berdampak pada nilai perusahaan. Perusahaan umumnya berlomba untuk menjalankan aktivitas CSRnya sebagai kewajiban perusahaan sejalan dengan peraturan pemerintah No.4 tahun 2012 (Badaruddin, 2018).

Perkembangan zaman yang mengarah kepada *society* 5.0, memiliki konsekuensi tersendiri bahwa perusahaan harus berlomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor sebagai keunggulan bisnis yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini tentu dapat menarik minat investor untuk berinvestasi (Nugraha & Meiranto, 2014). Perusahaan yang memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial akan berdampak pada nilai perusahaan yang terus meningkat. Nilai perusahaan akan terus meningkat apabila (Purbawangsa, Solimun, Fernandes, & Rahayu, 2019). Oleh karena itu, CSR yang menjadi salah satu program unggulan perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan karna perusahaan yang melaksanakan CSR kepada *stakeholder* akan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan saat ini dan prospek perusahaan yang akan datang.

Dalam penelitian ini, kami menggunakan profitabilitas sebagai variabel intervening. Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan indikator *Return On Assets* (ROA) yang merupakan salah satu indikator yang diterapkan perusahaan untuk menentukan *performancenya*. Dalam Kajian teori, profitabilitas tinggi yang dicapai perusahaan maka berdampak pada pola hubungan pengungkapan aktivitas CSR perusahaan dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang memperoleh laba mengindikasikan bahwa kinerja keuangan sebuah perusahaan mengalami peningkatan, yang mana jika laba meningkat maka dana tersedia untuk melaksanakan CSR, jika CSR perusahaan dilaksanakan dengan baik, maka implikasinya adalah image perusahaan akan naik yang sudah tentu akan menyebabkan nilai perusahaan juga akan naik. Nilai perusahaan yang meningkat akan berdampak terhadap peningkatan loyalitas konsumen dan pada akhirnya profitabilitas juga akan semakin meningkat (Sutriningsih, Handajani, & Rifa'i, 2019)

Fenomena Perusahaan yang ada di Indonesia, khusus yang bergerak pada sektor pertambangan masih banyak yang lalai dalam menjalankan aktivitas CSRnya. Salah satu contoh seperti yang terjadi di tahun 2019 pada PT Freeport McMoran Inc; yang menyisakan masalah lingkungan dan ruang hidup bagi warga Papua (syahni, 2019). Limbah yang dihasilkan dari aktivitas operasional PT Freeport melakukan pencemaran karena limbah yang di hasilkan dan melanggar analisis mengenai dampak lingkungan (amdal), masalah yang timbul di antaranya menurunnya kualitas ikan sejak freeport membuang limbahnya ke laut. Berangkat dari fenomena tersebut, maka CSR menjadi hal penting dan wajib untuk diperhatikan oleh perusahaan. Efek yang timbul akan berdampak bagi lingkungan. Menyadari bahwa perusahaan sangat penting untuk memperhatikan masalah lingkungan dan sosial, maka akhirnya perusahaan melaksanakan CSR (Sindhudiptha & Yasa, 2013).

Penelitian terdahulu terkait CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan, diantaranya yang dilakukan oleh (Hermuningsih, 2013) yang menunjukkan

hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian (Nurhayati & Medyawati, 2012) dan (Stacia & Juniarti, 2015) menunjukkan hasil bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian lain dilakukan oleh (Celvin & Gaol, 201) yang menunjukkan hasil bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Di lain sisi, (Nugraha & Meiranto, 2014) juga melakukan penelitian dimana ROA tidak mampu memediasi Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya menimbulkan adanya *research gap* yang mendorong untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut terkait mediasi profitabilitas yang menggunakan indikator Return on Asset (ROA) terhadap nilai perusahaan yang menggunakan indikator Tobins'q dimana CSR yang menggunakan indikator GRI 91 menjadi variabel independennya yang menjadi kebaruan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini yakni menganalisis CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, variabel penelitian yakni variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel terikat yakni Nilai Perusahaan dan variabel intervening yaitu profitabilitas. Untuk itu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. sumber data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data dokumentasi dalam bentuk laporan keuangan yang diambil dari media perantara yang dipublikasikan secara umum. Data tersebut di *download* dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) ([www.idx.com](http://www.idx.com)). Populasi penelitian ini yaitu perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berjumlah 50 perusahaan. Sampel penelitian ditentukan berdasarkan *purposive sampling method* berjumlah 10 perusahaan selama tahun pengamatan 2016-2018. *Data analysis method* melalui program *Partial Last Square* (PLS).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Hasil Hasil Uji Statistik Deskriptif

Berikut disajikan statistik deskriptif dari 30 data observasi yang diperoleh dari *Cross Section* antara jumlah tahun pengamatan dan sampel yang digunakan selama tahun 2016-2018.

Tabel 1. *Descriptive Statistics*

	CSR	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
Maksimum	0,58242	72,1209	0,21185
Minimum	0,38462	0,04796	0,00122
Rata-rata	0,47216	7,84619	0,03757
Standar Deviasi	0,05418	18,0651	0,05257

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Tabel 1 memberikan gambaran hasil *descriptive statistics* tentang variabel-variabel yang diteliti, antara lain:

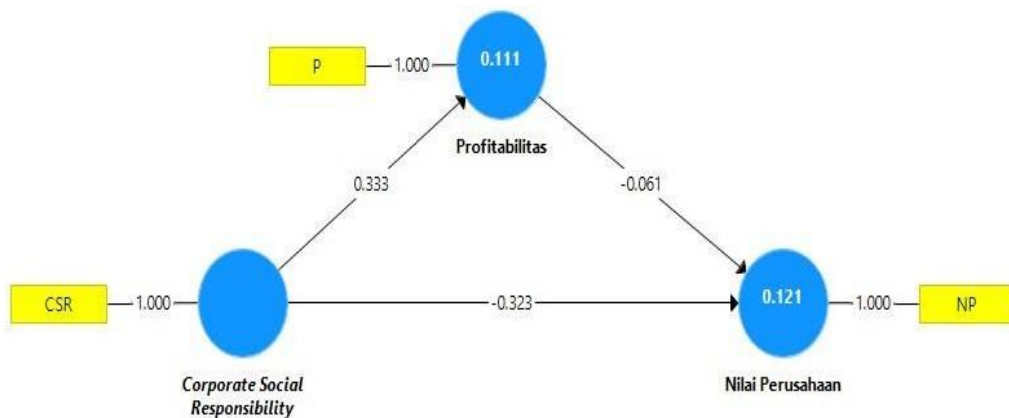
- Nilai minimum *Corporate Social Responsibility* berada pada 0,38462, maximum *value* yaitu 0,58242 dan *mean* berada pada 0,47216. Standar deviasi adalah

0,05418.

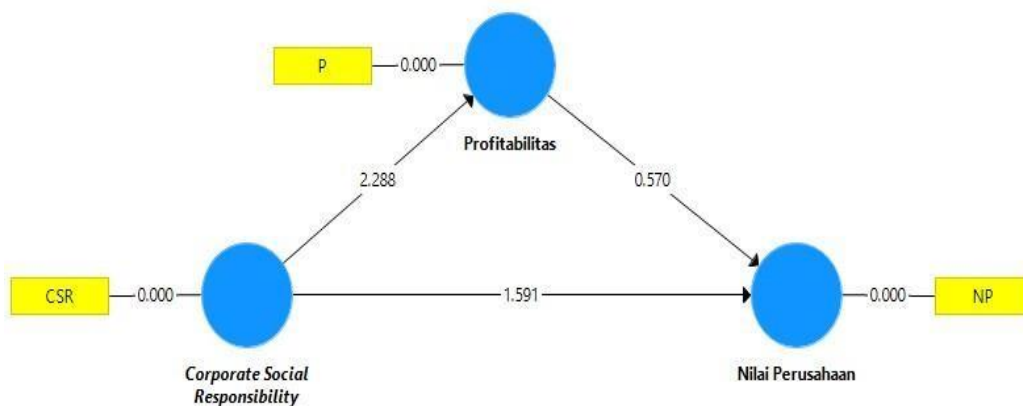
- b. Minimum value nilai perusahaan yang diproksikan melalui *Tobin's Q* sebesar 0,00122, nilai maximum sebesar 0,21185 dan *mean* sebesar 0,03757. Standar deviasi *Return On Asset* (ROA) adalah 0,05257.
- c. Nilai minimum Profitabilitas yang diproksikan melalui *Return On Asset* yaitu 0,04796, maximum value yaitu 72,1209 dan *mean* sebesar 7,84619. Standar deviasi *Return On Asset* (ROA) adalah 18,0651.

### Uji Outer Model

Dalam penelitian ini semua variabel berkonstruk formatif. Konstruk formatif tidak dapat diukur menggunakan AVE, kriteria *Fornell-Larcker*, *Cronbach's alpha*, maupun *Composite reliability*. Konstruk formatif diukur menggunakan dua indikator yaitu *reliability indicator* disyaratkan minimal 0,2 dan *colinearity indicato* skor *VIF* kurang dari 10. Skor *reliability indicator* di ukur melalui *PLS* algoritma bagian *outer weight*. Skor *VIF* diukur menggunakan *PLS* algoritma. Hasil *loading factor* dari masing-masing indikator dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Loading Factor



Gambar 1. Diagram Jalur Nilai t-statistik

Hasil uji konstruk formatif terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Hasil Pengukuran *Reliability Indicator* dan *Colinearity Indicator***

	VIF	Outer Weights
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1,000	1,000
Profitabilitas	1,000	1,000
Nilai Perusahaan	1,000	1,000

Sumber : Data Diolah 2020

Dari tabel 2 dapat dijelaskan tidak terjadi multikolinieritas antar indikator yang menyusun variabel *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan. Pada *Outer Weights* di atas diketahui mempunyai nilai 1,000 untuk masing-masing variabel laten. Dapat disimpulkan bahwa menurut uji konstruk formatif kedua variabel yaitu persepsi risiko dan persepsi manfaat dinyatakan valid dan *reliabel*. Sehingga pengujian *inner model* dapat dilanjutkan.

### Uji Model Struktural

Pengujian model struktural untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *resampling bootstrapping*. Statistik uji yang digunakan adalah uji t.

**Tabel 3. Evaluasi Model Struktural**

Variabel	R Square
Profitabilitas	0,111
Nilai Perusahaan	0,121

Sumber : Data Diolah 2020

Tabel 5 menunjukkan nilai  $R^2$  profitabilitas sebesar  $0,111 < 0,25$  tergolong lemah, nilai tersebut menjelaskan bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas yaitu sebesar 11,1% sedangkan sebanyak 88,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Sementara nilai  $R^2$  variabel nilai perusahaan sebesar  $0,12,1 < 0,25$  tergolong lemah, hasil tersebut menjelaskan bahwa persentase pengaruh dari variabel *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 12,1% sedangkan sisanya yaitu sebesar 87,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti ddalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

#### 1. Pengujian Langsung (*Direct Effect*)

##### a. *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

**Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Langsung**

	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility -&gt; Nilai Perusahaan</i>	-0,323	1,591	0,112	Tidak Signifikan

Sumber : Data sekunder diolah, 2020

Tabel 6 menampilkan nilai *path coefficient* sebesar -0,323, signifikan pada *t-statistic* 1,591 < *t-tabel* 1,96 dan pada *P-value* 0,112 > 0,05. Simpulannya bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## b. *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas

**Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Langsung**

	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility -&gt; Profitabilitas</i>	0,333	2,288	0,023	Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 7 memberikan gambaran nilai *path coefficient* sebesar 0,333 signifikan pada *t-statistic* 2,288 > *t-tabel* 1,96 dan pada *P-value* 0,023 < 0,05. Simpulannya bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

## c. Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan

**Tabel 6. Uji Pengaruh Langsung**

	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	-0,061	0,570	0,569	Tidak Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 8 menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar -0,061 signifikan pada *t-statistic* 0,570 < *t-tabel* 1,96 dan pada *P-value* 0,569 > 0,05. Simpulannya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## 2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Untuk melihat adanya *indirect effect* dari variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel *intervening* dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai

perusahaan yang di mediasi oleh profitabilitas. Secara detail dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 7. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung**

	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility -&gt; Profitabilitas -&gt; Nilai Perusahaan</i>	0,220	2,533	0,594	Tidak Signifikan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Tabel 7 menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar 0,220 signifikan pada *t-statistic* 2,533 < *t-tabel* 1,96 dan pada *P-value* 0,594 > 0,05. S implumannya bahwa tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas atau dengan kata lain bahwa profitabilitas tidak mampu mediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## Pembahasan

### *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis *Corporate Social Responsibility* dapat disimpulkan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini berarti besar kecilnya luas pengungkapan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Investor tidak menjadikan CSR sebagai dasar utama untuk mengambil keputusan berinvestasi.

Minat investor pada investasi sektor pertambangan di Indonesia masih rendah dan trennya menurun diakrenakan banyak faktor diantaranya ketidakpastian mengenai penyelesaian sengketa tanah, ketidakpastian peraturan lingkungan yang di terbitkan daerah, duplikasi dan inkonsistensi peraturan (Arief, 2019). Dampak dari aktivitas pertambangan pada kerusakan lingkungan dan tingginya pencemaran juga telah merampas hak ekonomi, sosial dan budaya warga (Listiyani, 2017). Rendahnya minat investor tentu akan memberikan efek pada harga saham yang juga akan memberikan efek pada nilai perusahaan.

Fenomena di tahun 2019 pada PT Freeport McMoran Inc; yang menyisakan masalah lingkungan dan ruang hidup bagi warga Papua (syahni, 2019). Limbah yang dihasilkan dari aktivitas operasional PT Freeport melakukan pencemaran karena limbah yang di dihasilkan dan melanggar analisis mengenai dampak lingkungan (amdal). Faktor lain yang menyebabkan CSR tidak. Berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di karenakan dalam pelaksanaan CSR terkadang terjadi pengabaian dan atau kurangnya pengawasan, kurangnya pengawasan akan mengakibatkan penyalahgunaan dana yang digunakan pelaku yang *oportunis* oleh pelaksana CSR (Fauziah, Irwanto, & Syamsun, 201), sehingga CSR dianggap hanya sebagai program kerja yang harus dilaksanakan oleh perusahaan.

Teori legitimasi menjabarkan kaitan antara kinerja sosial dan kinerja keuangan, namun apabila dalam pelaksanaannya terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan

legitimasinya dimata sosial dan masyarakat yang selanjutnya tentu akan berpengaruh terhadap kinerja dan keberlangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati & Medyawati, 2012) dan (Stacia & Juniarti, 2015) menunjukkan hasil bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan

### **Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hasil ini menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka akan memberikan dampak bagi pe, sejalan dengan teori legitimasi, dimana perusahaan harus menjaga legitimasi *stakeholder* agar tujuan perusahaan tercapai.

Penerapan CSR memiliki beberapa indikator yaitu indikator tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial masyarakat dan produk (Anitasari, 2018). Perusahaan pertambangan umumnya hanya berfokus pada faktor keuangan, perusahaan kurang berfokus pada faktor-faktor non keuangan. Sementara untuk mengukur nilai perusahaan, banyak indikator yang menjadi pertimbangan tidak hanya fokus pada faktor keuangan saja akan tetapi juga berfokus pada faktor non *financial*. Sehingga meskipun CSR memiliki pengaruh terhadap ROA tetapi belum tentu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Semakin tinggi citra masyarakat terhadap perusahaan maka akan membuat investor tertarik untuk menanamkan sahamnya dan berinvestasi diperusahaan tersebut. Citra yang baik akan meningkatkan loyalitas masrakat terhadap perusahaan tersbut yang tentu saja akan mneyebabkan penjualan perusahaan mengalami kenaikan, Ketika penjualan naik maka menyebabkan profitabilitas juga akan naik (Rosdewanti, AR. Dzulkirom, & Z.A., 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rosdewanti, AR. Dzulkirom, & Z.A., 2016) menunjukkan hasil bahwa CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas, namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Celvin & Gaol, 201) yang menunjukkan hasil bahwa CSR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

### **Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan melalui *return on asset* (ROA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar *Return On Asset (ROA)*, tidak akan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. *Return On Asset (ROA)* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan kemungkinan dikarenakan investor menyadari bahwa *Return On Asset (ROA)* memiliki beberapa keterbatasan. *Return On Asset (ROA)* merupakan ukuran yang statis untuk mengukur tingkat *profit* yang dihasilkan dari sumber daya (aktiva) pada periode tertentu. Keuntungan dan Sumber daya yang tersedia saat ini tidak cukup untuk merepresentasikan arus kas masuk di masa depan untuk mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan data diketahui bahwa meskipun aset perusahaan pertambangan yang berfluktuatif tiap tahunnya, namun fluktuatif aset tidak diikuti dengan peningkatan laba yang signifikan tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengindikasikan dengan kondisi *return on asset* yang baik tidak mempunyai potensi terhadap daya tarik perusahaan oleh investor



perusahaan pertambangan. Investasi aset yang dilakukan perusahaan pertambangan hanya berdampak kecil terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan yang cenderung menurun karena peningkatan total beban perusahaan (Rahmantio, Saifi, & Nurlaily, 2018) sehingga tidak mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ketika *Return On Asset (ROA)* dapat menjadi sasaran “*window dressing*” oleh pihak manajemen. Manajemen dapat melakukan langkah-langkah tertentu untuk membuat neraca tampak baik sehingga menghasilkan nilai *Return On Asset (ROA)* yang baik maka akan memberikan signal buruk (*bad news*) bagi investor sehingga tidak akan berpengaruh terhadap keputusan investor dan tidak akan mempengaruhi harga saham. yang mana jika harga saham naik maka nilai perusahaan juga akan naik, begitupun sebaliknya. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningsih & Widowati, 2016) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara ROA dan nilai perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustiani, 2016) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara ROA dan nilai perusahaan.

### **Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai Variable Intervening**

Dari hasil uji diperoleh bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas sebagai *variable intervening* tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

Laba perusahaan yang tinggi dapat memberikan anggapan dari publik bahwa perusahaan hanya memperkaya para pemegang saham saja tanpa memperhatikan kesenjangan sosial yang ada di masyarakat, saat profitabilitas suatu perusahaan tinggi, manajemen akan berasumsi bahwa menginformasikan hal-hal yang dapat mengganggu kesuksesan keuangan perusahaan tersebut tidak perlu dilakukan (Rohmah, 2015). Teori legitimasi yang merupakan salah satu teori yang mendasari perusahaan sektor pertambangan untuk melakukan tanggung jawab sosial (CSR). Namun, Permasalahan utama sektor pertambangan antara lain adanya sentimen negatif atas dampak lingkungan (Umah, 2020)..

Undang-undang No 32 tahun 2009 dalam hubungannya dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yaitu adanya pembebanan biaya lingkungan terhadap setiap pihak yang melakukan kegiatan investasi di bidang pertambangan mineral dan batu bara. Pembebanan biaya lingkungan pada dasarnya adalah suatu upaya untuk memenuhi kewajiban pemulihan lingkungan (Risman, 2018). Adanya aturan yang menuntun investor menanggung biaya lingkungan akan mempengaruhi minat investasi, beban yang dikeluarkan akan semakin besar, harapan *return* atas investasi menjadi tidak pasti. Sehingga akan berdampak pada nilai perusahaan. Alasan ini mampu menjelaskan ketidakmampuan profitabilitas memediasi CSR dan nilai perusahaan

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani, 2013) menunjukkan hasil bahwa Kinerja Keuangan mampu memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha & Meiranto, 2014) dan dimana ROA tidak mampu memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, maka diuraikan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

- 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas.
- 3) Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan
- 4) Profitabilitas sebagai variabel Intervening tidak mampu memediasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan melalui

## SARAN

Berangkat dari Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian ini, di peroleh nilai *R-square* antara 11-15% yang mengindikasikan bahwa masih ada sekitar 85% pengaruh dari variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, maka untuk selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain yang menjadi variabel mediasi, misalnya menggunakan Likuiditas atau reputasi perusahaan dan variabel bebas, misalnya *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, M. R. (2016, Agustus). Pengaruh Good Corporate Governance, Return On Asset, Return On Equity, BOPO dan CAR Terhadap Nilai Perusahaan Go Public di BEI. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21(2), 131-135.
- Anitasari, N. (2018, Januari 11). *Seberapa Besar Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan?* Retrieved Desember 28, 2020, from Zahir: <https://zahiraccounting.com/id/blog/pengaruh-csr-terhadap-nilai-perusahaan/>
- Arief, I. (2019, Maret 11). *Masalah lingkungan, turunkan minat investasi pertambangan di Indonesia.* Retrieved Desember 28, 2020, from Antara News.com: <https://www.antaraneews.com/berita/808019/masalah-lingkungan-turunkan-minat-investasi-pertambangan-di-indonesia>
- Aryani, D. N., & Zuchroh, I. (2018). GCG, ROE and Size on CSR Based on Sharia Enterprises Theory. *TIFBR | Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 12(1), 61-80.
- Badaruddin, A. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Segai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 6(2), 1-26.
- Celvin, H., & Gaol, R. (201, September). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JRAK*, 1(2), 139-166.
- Fauziah, G., Irwanto, A. K., & Syamsun, M. (201, Februari). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan pada Indeks Saham LQ 45. *Manajemen IKM*, 11(1), 52-60.

- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth Of Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 127-148.
- Kustono, A. S., & Nanggala, A. Y. (2019, March). Corporate Social Responsibility Disclosure of Sharia Banks in Indonesia. *KnE Social Sciences International Conference on Economics, Education, Business and Accounting (3rd ICEEBA)* , 760-777.
- Listiyani, N. (2017). Dampak Pertambangan Terhadap Lingkungan Hidup Di Kalimantan Selatan dan Implikasinya Bagi Hak-Hak Warga negara. *Al'Adi*, 67-86.
- Nugraha, D. P., & Meiranto, W. (2014). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 3(4), 1-10.
- Nurhayati, M., & Medyawati, H. (2012). Profitabilitas, Likuiditas dan ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Akuntansi*, 1-10.
- Purbawansa, I., Solimun, Fernandes, A. A., & Rahayu, S. (2019). Corporate Governance, Corporate Profitability toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983-999.
- Rahmanto, I., Saifi, M., & Nurlaily, F. (2018). PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO, RETURN ON EQUITY, RETURN ON ASSET DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 151-159.
- Risman, T. (2018). PEMBEBANAN BIAYA LINGKUNGAN PADA PERUSAHAAN. Makassar, Sulawesi Selatan, Sulawesi: PROGRAM DOKTOR ILMU HUKUM: UNIVERSITAS HASANUDDIN.
- Rohmah, D. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI DALAM LAPORAN SUSTAINABILITY (Studi Empiris Pada Perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *E S E N S I: Jurnal Bisnis dan Manajemen* , 243-262.
- Rosdwianti, M. K., AR. Dzulkirom, M., & Z.A., Z. (2016, September). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Administarsi Bisnis (JAB)*, 38(2), 16-022.
- Sindhudiptha, I., & Yasa, G. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Udayana* , 388-405.
- Stacia, E., & Juniarti. (2015, Agustus). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 3(2), 81-90.
- Suhartini, D., & Megasyara, I. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel

- Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yangh Terdaftar di BEI. *Jurnal ekonomi Akuntansi*, 21(2), 129-140.
- Sutriningsih, Handajani, L., & Rifa'i, A. (2019, April). Kinerja Keuangan Memediasi Pengaruh Corporate Social Responsibility dan DStruktuyr Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(1), 764-791.
- syahni, D. (2019, Januari 2). *Setelah di Invetasi Freeport, bagaimana Soal Kerusakan dan Pemulihan Lingkungan?* Retrieved from Mongabay Situs Berita Lingkungan : [Mongabay.co.id](http://Mongabay.co.id)
- Umah, A. (2020, September 29). *Sering Dituding Merusak Lingkungan, Begini Respons Penambang*. Retrieved Desember 28, 2020, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200929172051-4-190376/sering-dituding-merusak-lingkungan-begini-respons-penambang>
- Wahyuningsih, P., & Widowati, M. (2016). Analisis ROA dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderating. *Jurbnal STIE Semarang*, 8(3), 83-102.
- Wardhani, R. S. (2013). Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 12(1), 54-88.