

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating

Panji Amar Malik ^{1*}, Bambang Mahmudi ², Ana Susi Mulyani ³

^{1, 2, 3} Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

* panji.a.malik78@gmail.com

Abstrak

Urgensi penelitian ini adalah untuk menilai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi, yang penting untuk mengidentifikasi strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga berkelanjutan dan beretika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* menurut publikasi *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Teknik pengumpulan data menggunakan sumber sekunder. Analisis data dilakukan dengan regresi dan korelasi menggunakan *SPSS 27 for Windows*. Metode analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji hubungan langsung dan efek moderasi CSR terhadap pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR juga memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Temuan ini mendukung *teori sinyal*, di mana pengungkapan CSR dapat menjadi sinyal positif bagi investor, dan sebaliknya pengungkapan yang kurang dapat menurunkan minat investor dalam melakukan investasi.

Keywords: Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Bursa Efek Indonesia

Pendahuluan

Perekonomian saat ini telah mendorong terciptanya suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam berbagai sektor industri, baik itu sektor barang ataupun jasa. Persaingan tersebut mendorong perusahaan antusias dalam meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tetap tercapai. Setiap perusahaan yang menjalankan usaha pasti memiliki nilai yang berbeda-beda (Afifah et al., 2021). Semakin tinggi aset yang dimiliki, perusahaan itu akan dianggap memiliki potensi oleh banyak investor. Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk nama baik yang diperoleh perusahaan dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam periode tertentu (Martha et al., 2018).

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan tingginya nilai suatu perusahaan akan diiringi dengan tingginya tingkat kemakmuran pemegang saham. Sesuai dengan *Signaling Theory* dimana perusahaan memberikan sinyal atau informasi positif mengenai perusahaan yang menarik bagi investor akan menjadikan nilai perusahaan peluang untuk mendapatkan investasi di masa yang akan datang (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Itulah kenapa sebuah perusahaan wajib menjaga kondisinya dengan baik di berbagai sektor. Tidak hanya sektor keuangan, agar *cash flow* tidak berantakan. Perusahaan juga harus menjaga tren positif sehingga skor atau nilai yang mereka miliki bisa bertahan dengan baik atau meningkat. Nilai

perusahaan sendiri adalah skor atau nilai yang dimiliki sebuah Perusahaan (Ayu & Suarjaya, 2017).

Skor atau nilai tersebut di dapat berdasarkan beberapa poin penting yang membangun perusahaan dari awal berdiri hingga sekarang. Pada umumnya skor tersebut bukan hanya di dapat dari berapa banyaknya aset atau penghasilan yang didapatkan. Namun, tetap memperhatikan beberapa elemen penting seperti nilai nominal, nilai di pasar, nilai intrinsik, nilai buku, dan nilai likuidasi Perusahaan (Bella & Murtanto, 2023). Para investor berpandangan bahwa sebuah perusahaan yang memiliki nilai perusahaan baik adalah berarti perusahaan tersebut dapat memaksimalkan asetnya yang dimilikinya dengan baik. Hal ini merupakan sebuah pencapaian yang baik bagi perusahaan yang *sudah go public* karena bisa mendapat pandangan yang baik dari para investor dan dianggap memiliki kinerja perusahaan yang baik.

Tujuan perusahaan sendiri dibagi menjadi dua antara lain tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal dengan sumber daya yang ada, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Meidiawati & Mildawati, 2016). Nilai perusahaan ini akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham, apabila nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi, begitu pula sebaliknya. Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Biasanya nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi juga nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham karena dapat mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki perusahaan.

Rasio PBV menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan atau bagaimana kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Dewi & Ekadjaja, 2021). sehingga tingginya rasio PBV akan menunjukkan keberhasilan perusahaan membuat nilai yang tinggi bagi para pemegang saham (Lestari et al., 2022). Pada penelitian ini variabel dependen atau nilai perusahaan di ukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) dimana perhitungan PBV ini dihitung untuk mengetahui perbandingan berapa nilai saham dengan nilai buku yang dimiliki perusahaan (Karina & Setiadi, 2020). Penulis menggunakan PBV sebagai ukuran dari Nilai Perusahaan karena umumnya para analis perusahaan akan menggunakannya untuk mengetahui perbandingan nilai saham dengan nilai buku pada suatu Perusahaan (Dwiastuti & Dillak, 2019).

Fenomena pada tahun 2017 hingga 2018 dimana PBV mengalami pergerakan yang fluktuatif namun terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2018 hingga 2021. Hal ini menandakan perusahaan kurang mampu dalam memaksimalkan sumber daya yang ada sehingga membuat PBV menurun. Hal ini bisa terjadi bisa terjadi akibat dari faktor internal atau faktor eksternal yang menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan dilakukan dengan cara profitabilitas. Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, artinya profitabilitas dapat mempengaruhi nilai Perusahaan (Fauzi et al., 2016). Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor (Deriyarso 2014).

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana hal tersebut akan menentukan seberapa baik kinerja keuangan suatu perusahaan di mata investor (Ayu & Suarjaya, 2017). Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Firdaus, 2019). Adapun laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan oleh Perusahaan (Iman et al., 2021). Laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode (Itsnaini & Subarjo, 2017).

Return on Asset (ROA) digunakan dalam penelitian ini karena mampu menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktiva yang digunakan (Muharramah & Hakim, 2021). ROA akan menilai bagaimana kemampuan perusahaan dilihat berdasarkan keuntungan yang dihasilkan dimasa lampau guna dimanfaatkan dimasa yang akan datang (Munzir et al., 2023). Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa semakin tinggi nilai ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga dapat meningkatkan nilai Perusahaan (Markonah et al., 2020).

Gap dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya menyatakan bahwa nilai profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan (Martha et al. 2018). Hal ini membuktikan bahwa profitabilitas yang baik akan memberikan dampak yang baik kepada nilai Perusahaan. Karena semakin tinggi profitabilitas maka nilai Perusahaan juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai Perusahaan (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Hal ini disebabkan tingginya jumlah margin yang di dapat akan membuat investor tertarik untuk menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. Sedangkan menurut penelitian terdahulu menerangkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif kepada nilai Perusahaan (Thaib & Dewantoro, 2017). Hal ini karena semakin tinggi profitabilitas akan menjadikan kebutuhan dana yang khususnya berasal dari investor baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Rahmantari, 2021).

Berdasarkan *research gap* yang telah dijelaskan, membuktikan bahwa masih ada kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai Perusahaan sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan faktor eksternal perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penulis memilih CSR sebagai variabel moderasi karena investor tidak hanya melihat Perusahaan dari bagaimana Perusahaan mendapatkan profit melainkan melihat juga bagaimana citra Perusahaan di Masyarakat. Karena dengan citra baik akan membawa kepercayaan Masyarakat terhadap perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan sehingga profit meningkat diikuti dengan nilai Perusahaan yang meningkat juga. Hal ini juga sejalan dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa Perusahaan dapat memberikan sinyal kepada pihak investor melalui laporan keuangan terkait dengan kinerja perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menggabungkan aspek profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel moderating dalam mempengaruhi nilai perusahaan, yang jarang dikaji secara simultan dalam konteks pasar Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana praktik CSR tidak hanya

berperan sebagai kewajiban sosial, tetapi juga sebagai faktor strategis yang dapat memperkuat dampak profitabilitas terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dengan menjelajahi interaksi antara aspek keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian ini menawarkan wawasan baru bagi manajer dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang seimbang antara pencapaian keuntungan dan keberlanjutan bisnis jangka Panjang.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berarti semua data yang dikumpulkan dan dianalisis berupa angka atau data numerik yang dapat diukur secara objektif. Dalam konteks penelitian ini, data kuantitatif yang digunakan berasal dari laporan keuangan perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2015 hingga 2023. Fokus penelitian ini diarahkan pada perusahaan manufaktur dalam sub sektor makanan dan minuman, untuk menganalisis kondisi keuangan dan kinerja mereka berdasarkan informasi yang tersedia. Data laporan keuangan tersebut diperoleh secara resmi melalui akses ke *website* Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id, yang menyediakan dokumen keuangan perusahaan secara transparan dan terpercaya. Dengan menggunakan data dari sumber yang valid ini, penelitian diharapkan mampu memberikan hasil yang akurat dan relevan dalam menggambarkan kondisi industri manufaktur makanan dan minuman selama rentang waktu yang ditentukan.

Populasi yang menjadi objek penelitian ini mencakup seluruh perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, berdasarkan data yang dipublikasikan dalam *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Pemilihan sampel perusahaan makanan dan minuman didasarkan pada pertimbangan bahwa sektor ini memiliki prospek yang menjanjikan dan menjadi pilihan favorit investor dalam melakukan investasi. Selain itu, sub sektor makanan dan minuman juga merupakan salah satu kelompok perusahaan terbesar yang terdaftar di pasar saham Indonesia, sehingga memberikan cakupan yang luas dan representatif untuk penelitian ini. Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan, pada tahun 2023, terdapat sebanyak 31 perusahaan manufaktur yang termasuk dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang menjadi dasar pemilihan sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan jumlah tersebut, hanya 10 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Perusahaan *food and beverage* yang sudah *go public* atau terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 hingga 2023; (2) Perusahaan *food and beverage* yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dari tahun 2017 hingga 2023; (3) Perusahaan *food and beverage* yang tidak memiliki laba negatif selama periode penelitian; (4) Perusahaan *food and beverage* yang mencantumkan laporan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan mereka.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya merupakan data sekunder eksternal, yaitu data yang tidak diperoleh secara langsung dari perusahaan yang diteliti. Data tersebut berasal dari pihak ketiga yang telah mengumpulkan, mengolah, serta mempublikasikannya secara resmi dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk mendukung kelengkapan dan kedalaman analisis, penulis juga memanfaatkan buku teks, buku referensi umum, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data yang diterapkan didasarkan pada sumber data, yakni menggunakan sumber sekunder sebagai landasan utama dalam menjawab permasalahan penelitian secara sistematis. Penelitian ini mengumpulkan data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 - 2023 melalui media *online* yaitu *website* resmi BEI yaitu *www.idx.co.id*. Dengan pendekatan analisis regresi moderasi melalui metode analisis regresi yang dilakukan secara bertahap (*hierarchical regression analysis*). Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran (deskriptif) dari data variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan dugaan pengaruh tersebut digunakan analisis data yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis menggunakan analisis regresi dan korelasi melalui program SPSS 27 for Windows.

Hasil

Return on Asset (ROA) digunakan sebagai variabel independen, sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berperan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (*idx.co.id*) serta *website* masing-masing perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Data tersebut dimanfaatkan sebagai sumber informasi utama untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan, menguji peran CSR, serta menjawab permasalahan penelitian yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya secara sistematis dan komprehensif.

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.78624389
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.062
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 1, diperoleh nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan berdistribusi normal sesuai dengan kriteria analisis yang ditetapkan.

Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	.338	.722		.468	.642	
	ROA	.090	.035	.296	2.605	.011	.998 1.002
	CSRDI	4.865	2.340	.236	2.079	.041	.998 1.002

a. Dependent Variable: PBV

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 2, menunjukkan bahwa semua variabel tidak mengalami gejala multikolinieritas. Pada variabel ROA memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,998 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,002 < 10$. Variabel CSRDI memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,997 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,003 < 10$.

Uji Heteroskedastisita

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.497	.456		3.285	.002
ROA	.018	.022	.098	.806	.423
CSRDI	-1.880	1.476	-.154	-1.273	.207

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 3 dengan pendekatan *Glejser* menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel ROA sebesar 0,423 dan CSRDI sebesar 0,207. Dimana variabel model regresi penelitian ini berbentuk heterokedastisitas, semua nilai signifikan variabel independen sebesar 0,05 ($>0,05$) maka dapat disimpulkan model regresi ini terbebas dari asumsi heterokedastisitas.

Uji Linieritas

Tabel 4. Uji Linieritas ROA

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PBV *	Between	(Combined)	179.313	66	2.717	10.189	.093
ROA	Groups	Linearity	16.989	1	16.989	63.714	.015
		Deviation from Linearity	162.324	65	2.497	9.365	.101
	Within Groups		.533	2	.267		
	Total		179.846	68			

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada Tabel 4, nilai F pada *deviation from linearity* sebesar 9,385 lebih kecil dari F_{tabel} yaitu 19,48 ($9,385 < 19,48$) dengan nilai signifikansi diatas 0,05 yaitu $0,101 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian variabel Return on Assets (ROA) memiliki hubungan yang terbentuk bersifat linier dan sejalan dengan asumsi serta ketentuan dalam model analisis yang digunakan.

Tabel 5. Uji Linieritas CSRDI

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PBV *	Between	(Combined)	125.208	11	11.383	11.874	.000
CSRDI	Groups	Linearity	11.283	1	11.283	11.771	.001
		Deviation from Linearity	113.925	10	11.392	11.885	.000
	Within Groups		54.639	57	.959		
	Total		179.846	68			

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada Tabel 5, nilai F pada *deviation from linearity* sebesar 11,885 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2 ($12,223 > 2$) dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Artinya hasil uji variabel PBV adalah tidak linier.

Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t ROA terhadap PBV

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.636	.371		4.408	.000
ROA	.093	.035	.307	2.644	.010

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui nilai t_{hitung} proksi ROA sebesar 2,644, jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan *degree of freedom* sebesar 67, maka dapat dihasilkan nilai t_{tabel} sebesar 1,996.

Tabel 7. Hasil Uji t CSRDI terhadap PBV

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.073	.693		1.548	.126
CSRDI	5.159	2.436	.250	2.118	.038

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 7. dapat diketahui nilai t_{hitung} proksi CSRDI sebesar 2,118. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan *degree of freedom* sebesar 67, maka dapat dihasilkan nilai t_{tabel} sebesar 1,996.

Tabel 8. Hasil Uji MRA

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.636	.371		4.408	.000
ROA	.093	.035	.307	2.644	.010

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 8, hasil yang diperoleh dari persamaan pertama *Moderated Regression Analysis* (MRA) seperti berikut: $PBV = 1,636 + 0,093 ROA$. Dari hasil diatas menunjukkan nilai koefisien beta pengaruh X (ROA) sebesar 0,093, serta mempunyai nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu $0,010 < 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9. Hasil Uji MRA

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.893	1.510		-2.578	.012
ROA	.475	.127	1.560	3.741	.000
CSRDI	19.781	5.239	.960	3.776	.000
ROA*CSRDI	-1.334	.425	-1.524	-3.136	.003

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 9., hasil yang diperoleh dari persamaan pertama *Moderated Regression Analysis* (MRA) seperti berikut: $PBV = -3,893 + 0,475 ROA + 19,781 CSR - 1,334 ROA*CSRDI$. Dari hasil tersebut menunjukkan nilai koefisien beta pengaruh X (ROA) dan Z (CSR) sebesar -1,334, serta mempunyai nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu $0,003 < 0,05$ yang artinya variabel CSR mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini dapat memberikan informasi bahwa variabel CSR mampu memoderasi pengaruh dari ROA terhadap Nilai Perusahaan. Artinya H_3 yang menyebutkan "Terdapat pengaruh negatif dan signifikan ROA terhadap PBV melalui CSR sebagai pemoderasi".

Tabel 10. Hasil Uji MRA

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.228	1.42913

a. Predictors: (Constant), ROA*CSRDI, CSRDI, ROA

Berdasarkan Tabel10. dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0,262, maka memiliki arti bahwa pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan setelah adanya variabel moderasi yaitu inflasi sebesar 26,2%.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data laporan tahunan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sub sektor makanan dan minuman, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode tahun 2017 hingga 2023. Data tersebut telah dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Proses pengolahan data meliputi berbagai tahapan, mulai dari validasi, pengolahan statistik, hingga interpretasi hasil yang relevan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik berbagai kesimpulan yang menggambarkan hubungan dan pengaruh variabel-variabel penelitian. Dengan demikian, hasil pengolahan data ini mampu memberikan gambaran yang komprehensif terkait dinamika perusahaan di sub sektor ini serta mendukung validitas hipotesis yang telah diajukan dalam studi ini.

Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hipotesis pertama menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05, angka t_{hitung} sebesar 2,723 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,996 ($2,723 > 1,996$). Yang berarti Profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Jika nilai Profitabilitas semakin tinggi maka nilai perusahaan akan meningkat. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan tingginya nilai profitabilitas akan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa profitabilitas Perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal positif tentang kualitas manajemen, Kesehatan keuangan, dan prospek masa depan Perusahaan. Hal ini disebabkan karena Perusahaan mampu memberikan pengembalian atas aset yang menunjukkan seberapa efisien mampu menghasilkan laba dari setiap rupiah aset yang dimilikinya sehingga ini dapat menarik minat investor untuk melakukan investasi di Perusahaan sehingga dapat menaikkan nilai perusahaannya. Semakin tinggi profitabilitasnya maka semakin tinggi juga nilai perusahaannya.

Profitabilitas yang tinggi akan membuat nilai Perusahaan meningkat secara signifikan. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan cerminan utama dari nilai perusahaan. Ketika profit atau laba perusahaan menunjukkan angka yang tinggi, hal ini memberikan indikasi bahwa prospek perusahaan semakin membaik dan memiliki potensi untuk berkembang ke depannya. Kondisi tersebut sering kali menjadi sinyal positif bagi para investor, yang kemudian terdorong untuk ikut serta dalam meningkatkan permintaan saham perusahaan. Dengan meningkatnya permintaan saham, secara tidak langsung nilai pasar perusahaan juga akan mengalami peningkatan, mencerminkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan masa depan perusahaan (Dewi & Ekadjaja, 2021). Dimana rasio profitabilitas mengevaluasi seberapa baik suatu perusahaan dapat menghasilkan laba dan menunjukkan efektivitas manajemennya (Sari & Pravitasari, 2025).

Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan (PBV)

Hipotesis kedua menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05, angka t_{hitung} sebesar 2,118 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,996 ($2,118 > 1,996$). Yang berarti *Corporate*

Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Pengungkapan csr bisa menjadi sinyal bagi investor guna menginvestasikan uangnya kepada perusahaan yang membuat nilai perusahaan meningkat. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh csr terhadap nilai Perusahaan diterima.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai perusahaan, khususnya terkait tanggung jawab sosial yang dijalankan. Program tanggung jawab sosial ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan, sehingga tidak hanya berdampak positif bagi komunitas, tetapi juga memperkuat citra perusahaan di mata publik. Dengan adanya transparansi mengenai program tanggung jawab sosial tersebut, masyarakat dan investor menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepercayaan ini pada gilirannya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan di pasar.

Populasi yang menjadi objek penelitian ini mencakup seluruh perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, berdasarkan data yang dipublikasikan dalam *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Pemilihan sampel perusahaan makanan dan minuman didasarkan pada pertimbangan bahwa sektor ini memiliki prospek yang menjanjikan dan menjadi pilihan favorit investor dalam melakukan investasi. Selain itu, subsektor makanan dan minuman juga merupakan salah satu kelompok perusahaan terbesar yang terdaftar di pasar saham Indonesia, sehingga memberikan cakupan yang luas dan representatif untuk penelitian ini. Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan, pada tahun 2023, terdapat sebanyak 31 perusahaan manufaktur yang termasuk dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang menjadi dasar pemilihan sampel dalam penelitian ini (Karina & Setiadi, 2020).

Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan (PBV) melalui CSR sebagai pemoderasi

Hipotesis ketiga menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05, angka t_{hitung} sebesar -3,136 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu -1,996 ($-3,136 < -1,996$). yang artinya variabel Z (CSR) mampu memperlemah hubungan ROA terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai pemoderasi diterima.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR memiliki peran sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai Perusahaan. Koefisien yang menunjukkan hasil negatif mengindikasikan bahwa ketika pelaksanaan CSR dilakukan secara intensif bersamaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, hal ini justru dapat menurunkan nilai perusahaan. Penjelasan nya adalah pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan menyebabkan bertambahnya beban operasional atau biaya, sehingga profit yang dihasilkan menjadi semakin rendah. Kondisi tersebut membuat investor memperkirakan bahwa dividen yang akan mereka terima kemungkinan akan berkurang karena laba perusahaan yang menurun. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa CSR mempengaruhi kekuatan dan arah hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa CSR berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa hubungan antara kinerja keuangan dan nilai pasar perusahaan tidaklah sederhana, melainkan dipengaruhi oleh adanya tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan. Peranan CSR dalam memoderasi hubungan tersebut

menggambarkan kompleksitas interaksi antara aspek finansial dan sosial yang saling memengaruhi dalam menentukan nilai suatu perusahaan di pasar. Dengan demikian, CSR bukan hanya menjadi kewajiban etis, tetapi juga komponen strategis yang mampu memperkuat dampak positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan (Rajab, 2017).

Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut: 1). Secara parsial ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2023. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian atas aset yang diterima maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaannya. 2). Secara parsial CSR berpengaruh terhadap PBV pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2017-2023. Hal ini menjelaskan bahwa pengungkapan csr bisa menjadi sinyal bagi investor untuk menanamkan modalnya pada Perusahaan. Karena pengungkapan csr bisa membuat pasar percaya akan produk sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. 3). Berdasarkan hasil uji *MRA* menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan antara ROA terhadap PBV pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015 hingga 2023. Pengungkapan CSR mampu memoderasi tingkat pengembalian yang diterima sehingga berakibat pada memperkuat atau memperlemahnya suatu nilai Perusahaan. Berdasarkan uji *MRA* dapat disimpulkan juga bahwa moderasi ini merupakan kategori *Quasi Moderate* yang berarti variabel CSR pada estimasi pertama berpengaruh terhadap PBV dan interaksi antara ROA melalui CSR sebagai pemoderasi berpengaruh terhadap PBV.

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen perusahaan untuk mengintegrasikan CSR sebagai strategi moderasi yang memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan keberlanjutan bisnis. Namun, keterbatasannya terletak pada fokus hanya pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman di BEI periode 2015 hingga 2023 menggunakan data sekunder, yang membatasi generalisasi ke sektor lain atau konteks internasional akibat variasi transparansi pelaporan. Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup perluasan ke industri berbeda, penambahan variabel seperti tata kelola perusahaan, serta pendekatan campuran kualitatif-kuantitatif untuk menggali persepsi stakeholder lebih dalam.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2021.V5.I3.4644>
- Ambarwati, J., & Vitaningrum, M. R. (2021). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Business and Accounting (Costing)*, 5(1), 497–505. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.2818>
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset*

- Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 1112–1138.
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v4i1.945>
- Bella Angraini, B. A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Deriyarso, I. (2014). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*, 11(2), 3–12.
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 92.
<https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11409>
- Dwiasuti, D. S., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 11(1), 137–146.
<https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.16841>
- Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Investasi*, 12, 1–19.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3292>
- Firdaus, I. (2019). Pengaruh DER, PER, dan ROA Terhadap PBV pada Industri Perbankan. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 242. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.581>
- Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1), 56–66. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2276>
- Itsnaini, H. M., & Subarjo, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(6), 2460–0585.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37.
<https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10390>
- Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Putri, R. (2012). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1).
- Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity to the Firm Value. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 83–94. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.225>
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 227.
<https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3493>

- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (Akunbisnis)*, 5(1), 94. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v5i1.3618>
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 3(2), 153. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Sari, D. S. A. P., & Pravitasari, D. (2025). Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal Social Society*, 5(1), 759–769. <https://doi.org/10.54065/jss.5.1.2025.764>
- Thaib, I., & Dewantoro, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v1i1.6>