

## DETERMINAN PADA NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Fira Shafina<sup>1\*</sup>, Saiful Anwar<sup>2</sup>

\*Email: [17013010049@student.upnjatim.ac.id](mailto:17013010049@student.upnjatim.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Abstract.** *The purpose of this research is to describe the effect of profitability, slack resources, and good corporate governance on firm value with corporate social responsibility as an intervening. This type of research used quantitative research. Population of this research is all companies listed on the BEI in 2015-2019. The sample was taken by used purposive sampling, resulting 27 companies. The type of data used in this research is secondary data. Analysis techniques and hypothesis tested in this research use WarpPLS 7.0. The value of this research are (1) profitability has a significant effect on firm value, (2) slack resources has no a significant effect on firm value, (3) good corporate governance has no a significant effect on firm value, (4) corporate social responsibility has no a significant effect on firm value, (5) profitability has a significant effect on corporate social responsibility, (6) slack resources has a significant effect on corporate social responsibility, (7) good corporate governance has no a significant effect on corporate social responsibility, (8) corporate social responsibility can't mediate the effect of profitability on firm value, (9) corporate social responsibility can't mediate the effect of slack resources on firm value, and (10) corporate social responsibility can't mediate the effect of good corporate governance on firm value.*

**Keywords:** *profitability, slack resources, good corporate governance, corporate social responsibility, firm value*

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh profitabilitas, *slack resources*, dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasinya adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Sampel diambil dengan menggunakan *sampling purposive*, sehingga menghasilkan 27 perusahaan. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data sekunder. Teknik analisa dan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan WarpPLS 7.0. Hasil penelitian ini yaitu (1) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) *slack resources* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (4) *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (5) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, (6) *slack resources* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, (7) *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, (8) *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, (9) *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh *slack resources* terhadap nilai perusahaan, dan (10) *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

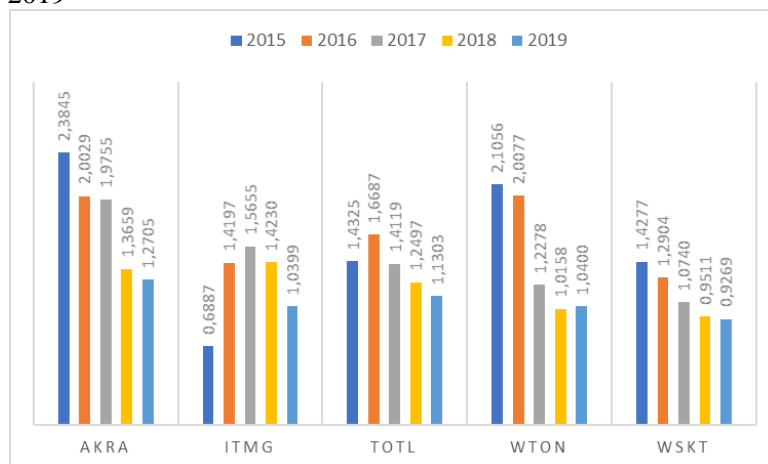
**Kata kunci:** *corporate social responsibility, good corporate governance, nilai perusahaan, profitabilitas, slack resources*

## Pendahuluan

Setiap perusahaan mempunyai tujuannya sendiri-sendiri salah satunya ialah meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan dapat menambah citra pada perusahaan. Menurut Pradita dan Suryono (2019) nilai perusahaan merupakan bentuk cerminan kekayaan dari perusahaan dan juga nilai jual bagi perusahaan, sehingga dapat mensejahterakan para pemegang saham yang ada pada perusahaan. Persaingan antar perusahaan dapat meningkatkan kinerja pada masing-masing perusahaan. Persaingan bisnis antar perusahaan yang ketat juga membuat manajemen perusahaan ikut berlomba-lomba dalam meningkatkan kegiatan operasional maupun nilai perusahaannya, sehingga hal ini dapat menciptakan nilai perusahaan untuk menarik para investor. Para investor maupun calon investor selalu mengawasi nilai perusahaan yang ada pada perusahaan yang diinginkan oleh investor maupun calon investor, karena mereka memandang prospek ke depan dalam menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan adalah suatu tolok ukur untuk memenuhi keinginan maupun kewajiban pemegang saham dan merupakan cerminan masa depan perusahaan. Diketahui bahwa nilai perusahaan yang tercatat di seluruh perusahaan BEI pada tahun 2015 hingga tahun 2019 mengalami perubahan setiap tahunnya. Berikut ini merupakan nilai perusahaan dengan perhitungan *Tobin's Q* dari beberapa perusahaan yang tercatat di BEI pada tahun 2015-2019 yang terdaftar:

**Diagram 1.** Hasil nilai perusahaan pada beberapa perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019



Sumber: Data Diolah Peneliti (2021)

Pada diagram 1, diketahui terdapat perusahaan yang mengalami penurunan disetiap tahunnya contohnya adalah perusahaan PT. AKR Corporindo Tbk. (AKRA). Pada tahun 2015 PT. AKR Corporindo Tbk. (AKRA) memiliki nilai perusahaan sebesar 2,3845, kemudian terus menurun hingga ditahun 2019 nilai perusahaannya mencapai 1,2705. Pada tahun 2015 hingga tahun 2019 PT. Waskita Karya (Persero) Tbk. (WSKT) juga menurun, yaitu pada tahun 2015 memiliki nilai perusahaan sebesar 1,4277 dan hingga akhir tahun 2019 memiliki nilai perusahaan sebesar 0,9269. PT. Indo Tambangraya Megah Tbk. (ITMG) tahun 2017 hingga tahun 2019 mengalami penurunan dan terjadi juga pada PT. Total Bangun Persada Tbk. (TOTL) pada tahun 2016 hingga tahun 2019 yang nilai perusahaannya menurun. PT. Wijaya Karya Beton Tbk. (WTON) tahun 2015 hingga tahun 2018 ikut menurun dari yang sebesar 2,1056 menjadi 1,0158 di tahun 2018. Penurunan nilai perusahaan akan berdampak buruk bagi perusahaan, karena dapat menurunkan kepercayaan para *stakeholders* sehingga nama perusahaan akan dipandang buruk.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu seperti

tingkat profitabilitas, *slack resources*, dan *good corporate governance*. Daya Tarik utama pada investor salah satunya adalah profitabilitas pada suatu perusahaan karena profitabilitas merupakan hasil penjualan barang maupun jasa atau usaha dari usaha manajemen perusahaan, sehingga hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Mardenia, 2019). Selain itu, *slack resources* yang dimiliki perusahaan bisa dalam bentuk investasi sehingga dapat menghasilkan lebih banyak sumber daya dan dapat menambahkan nilai perusahaan (Shoimah & Aryani, 2019). Menurut Sulhan dan Pratomo (2020) *good corporate governance* digunakan untuk mengamati para manajer perusahaan agar lebih produktif dan efisien dalam mengelola perusahaan, sehingga kegiatan operasional pada perusahaan akan meningkat dan juga akan meningkatkan harga saham yang dijadikan indikator dalam menilai perusahaan. Apalagi dengan adanya dewan komisaris yang merupakan pengendali internal perusahaan, maka kegiatan operasional perusahaan akan jauh lebih efektif.

*Corporate social responsibility* (CSR) semakin mendapat perhatian, baik dibidang penelitian ekonomi dan manajemen praktis. Adanya *corporate social responsibility* dapat melaporkan kegiatan yang ada pada perusahaan, seperti kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan kepada *stakeholder* yang dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*. Profitabilitas, *slack resources*, dan *good corporate governance* juga berhubungan dengan *corporate social responsibility*, karena dapat meningkatkan kualitas pengungkapan laporan *sustainability report*.

Adanya latar belakang yang dijelaskan di atas, membuat peneliti tertarik dengan topik tersebut. Adanya topik mengangkat beberapa rumusan masalah yaitu (1) apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan? (2) apakah terdapat pengaruh *slack resources* terhadap nilai perusahaan? (3) apakah terdapat pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan? (4) apakah terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan? (5) apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*? (6) apakah terdapat pengaruh *slack resources* terhadap *corporate social responsibility*? (7) apakah terdapat pengaruh *good corporate governance* terhadap *corporate social responsibility*? (8) apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada saat *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening? (9) apakah terdapat pengaruh *slack resources* terhadap nilai perusahaan pada saat *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening? (10) apakah terdapat pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada saat *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening?

Tujuan diadakan penelitian yang berkaitan dengan topik ini adalah untuk mendeskripsikan (1) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, (2) pengaruh *slack resources* terhadap nilai perusahaan, (3) pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan, (4) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, (5) pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*, (6) pengaruh *slack resources* terhadap *corporate social responsibility*, (7) pengaruh *good corporate governance* terhadap *corporate social responsibility*, (8) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada saat *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening, (9) pengaruh *slack resources* terhadap nilai perusahaan pada saat *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening, dan (10) pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan pada saat *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening.

*Stakeholder theory* merupakan teori yang berhubungan pada penelitian ini. Menurut Anggraeni dan Djakman (2017) *stakeholder theory* adalah teori yang menghubungkan antara perusahaan dengan seluruh elemen yang berada pada perusahaan dan *stakeholder*. Freeman, Phillips, dan Sisodia (2020) juga berpendapat *stakeholder theory* yaitu teori

untuk mengetahui cara melibatkan para pemangku kepentingan terhadap perusahaan dan cara menciptakan suatu nilai bagi para pemangku kepentingan. Adanya nilai perusahaan yang tinggi pada suatu perusahaan, maka mengundang para *stakeholder* khususnya investor untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan tersebut.

Selain itu terdapat *legitimacy theory*, yaitu teori yang menyatakan bahwa cara agar kegiatan operasi suatu organisasi harus tetap berjalan dengan norma yang ada di lingkungan masyarakat dengan cara pencapaiannya melalui pengungkapan informasi sosial perusahaan dalam laporannya (Indraswari & Mimba, 2017) Menurut Yusuf, Rahman, dan Mardiaty (2017) *legitimacy theory* adalah teori yang menjelaskan aktivitas berupa tanggung jawab sosial perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar, seperti keadaan sosial ataupun ekonomi. Perusahaan yang melaporkan kegiatan sosialnya dapat dikatakan sebagai perusahaan yang mentaati peraturan, sehingga hal ini dapat membuat masyarakat maupun investor percaya.

Adanya nilai perusahaan dapat membuat investor menilai baik atau tidaknya keadaan suatu perusahaan untuk ke depannya (Pradita & Suryono, 2019). Menurut Chumaidah dan Priyadi (2018) perusahaan dapat dikatakan memiliki kondisi keuangan yang sehat jika perusahaan tersebut memiliki profitabilitas yang tinggi, sehingga dapat mengundang investor untuk berinvestasi yang berdampak dengan meningkatnya nilai perusahaan. Profitabilitas juga menjadi ketertarikan bagi para investor, karena perusahaan mengalami keuntungan sehingga nilai perusahaan menjadi tinggi (Mufidah & Purnamasari, 2018).

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan menggunakan *slack resources* untuk membangun kapabilitas yang membuat mereka kompetitif dan membuat strategi untuk bersaing dengan perusahaan yang lain (Argiles et al., 2016). *Slack resources* dapat memberikan fleksibilitas untuk melakukan percobaan, mengambil risiko, dan lebih aktif dalam meningkatkan kualitas perusahaan. Adanya *slack resources* yang dimiliki perusahaan, berdampak pada nilai perusahaan yaitu menjadi semakin meningkat.

H2: *Slack resources* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

*Good corporate governance* pada penelitian ini menggunakan ukuran dewan komisaris. Menurut Yusuf, Rahman, dan Mardiaty (2017) jika anggota dewan komisaris pada suatu perusahaan bertambah, dapat meningkatkan efektivitas dalam mengambil keputusan dan kualitas pada keputusan tersebut menjadi lebih baik, sehingga dapat meningkatkan nilai pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran dewan komisaris, karena pengawasan pada perusahaan menjadi lebih baik dan nasihat untuk para manajemen menjadi lebih banyak (Agustina, 2017).

H3: *Good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Terciptanya citra perusahaan yang baik berasal dari perusahaan yang peduli terhadap lingkungannya, karena perusahaan menunjukkan kepada seluruh masyarakat sekitar bahwa perusahaan tersebut melaksanakan *corporate social responsibility* dengan cara melestarikan lingkungan sekitar (Suhartini & Megasyara, 2017). *Corporate social responsibility* adalah salah satu cara untuk mewujudkan kinerja jangka panjang perusahaan. Jika perusahaan peduli dengan lingkungan dan kegiatan sosialnya, maka investor mulai berinvestasi dan menanamkan sahamnya.

H4: *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Wahyuningsih dan Mahdar (2018) perusahaan yang dinilai baik dimata pelanggan maupun dimata mitra bisnis merupakan perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial pada perusahaannya. Hal ini disetujui oleh Astuti (2019), Ayu dan Suarjaya (2017) menyatakan *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Memiliki laba yang tinggi dapat memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di

laporan berkelanjutan sehingga pengungkapan menjadi lebih luas.

H5: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Penelitian Yusuf, Rahman, dan Mardiaty (2017) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh *slack resources*. Semakin besar *slack resources* maka banyaknya kegiatan *corporate social responsibility* yang diungkapkan pada suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki sumber daya yang lebih maka dapat memanfaatkan dana tersebut untuk kepentingan sosial. Menurut Anggraeni dan Djakman (2017) juga menyatakan bahwa kualitas pelaporan *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh *slack resources*, karena adanya informasi mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadikan tempat untuk menghubungkan antara pihak perusahaan dengan para *stakeholders*.

H6: *Slack resources* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

*Good corporate governance* pada penelitian ini menggunakan ukuran dewan komisaris. Menurut Oktavila dan NR (2019) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris dapat memberikan masukan kepada direksi untuk mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility*. Hal ini membuat pengungkapan laporan berkelanjutan pada perusahaan tersebut semakin luas.

H7: *Good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Salah satu faktor yang memengaruhi *corporate social responsibility* adalah profitabilitas. Tingginya tingkat profitabilitas akan memengaruhi nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas dapat menyalurkan dana untuk kegiatan sosial dan lingkungan untuk masyarakat sekitar (Windasari & Riharjo, 2017). Menurut Ayu dan Suarjaya (2017) bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas melalui *corporate social responsibility*, karena pengungkapan profitabilitas yang tinggi dapat mengungkapkan kegiatan sosial yang tinggi juga, sehingga *corporate social responsibility* dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H8: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening.

Menurut Yusuf, Rahman, dan Mardiaty (2017) nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *slack resources* dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Adanya sumber daya berlebih mampu mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial yang lebih luas pula. Fungsi dari laporan tanggung jawab sosial adalah sebagai media untuk para pengguna laporan untuk membaca berita-berita baik mengenai kegiatan perusahaan seperti halnya lingkup sosial. Adanya berita baik tersebut akan memberi dampak positif pada perusahaan, karena akan tumbuh rasa percaya dari pihak *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut dan selaku investor juga tertarik menanamkan sahamnya.

H9: *Slack resources* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening.

*Good corporate governance* diprosikan dengan ukuran dewan komisaris. Yusuf, Rahman, dan Mardiaty (2017) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran dewan komisaris dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Adanya dewan komisaris dapat meningkatkan kegiatan operasional dan performa yang ada pada perusahaan. Selain itu, banyaknya anggota dewan komisaris dapat mengawasi tugas manajemen dengan baik dan mengusulkan untuk mengungkapkan *corporate social responsibility* secara luas yang bermanfaat untuk masa depan perusahaan. Ketika ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki keterkaitan satu sama lain, maka dapat menghubungkan nilai pada perusahaan

dan nilai pada perusahaan meningkat.

H10: *Good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Obyek pada penelitian ini adalah profitabilitas, *slack resources*, *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, dan nilai perusahaan. Peneliti menggunakan seluruh perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019 sebagai bahan penelitian, karena tidak banyak perusahaan yang mengungkapkan *sustainability report* dan *annual report*. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan mengambil data laporan tahunan (*annual report*) dan laporan berkelanjutan (*sustainability report*) yang diterbitkan dari tiap perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (idx.co.id).

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Tobin's Q*. Nilai *Tobin's Q* yang tinggi menyatakan bahwa pertumbuhan pada suatu perusahaan adalah baik, sedangkan jika nilainya rendah maka pertumbuhan pada suatu perusahaan dapat dinilai buruk. Rumus dari *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

MV = Nilai pasar ekuitas (*market value of equity*)

DEBT = Total utang perusahaan

TA = Total aset (*total assets*)

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai rasio untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Penelitian ini menggunakan *high discretion slack*. Hal ini menjadikan *slack resources* diukur dengan menggunakan logaritma natural kas dan setara kas.

*Good corporate governance* pada penelitian ini diproksikan dengan ukuran dewan komisaris. Cara pengukurannya yaitu menggunakan jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki pada suatu perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* terdapat pada laporan berkelanjutan yang memberikan informasi perusahaan tentang pelaporan dampak ekonomi, lingkungan, maupun sosial yang ada pada masyarakat. Rumus pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j.

$\sum X_{ij}$  = Jumlah *item* yang diungkapkan perusahaan

N<sub>j</sub> = Jumlah *item* yang diharapkan

Populasi sebanyak 712 perusahaan dengan total sampel sebanyak 27 perusahaan setiap tahunnya, sehingga jumlah keseluruhan adalah 135 sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *sampling purposive* yaitu dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Kriteria sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan berkelanjutan (*sustainability report*) secara konsisten pada tahun 2015-2019.
2. Perusahaan yang memiliki data lengkap yang berhubungan dengan variabel-variabel pada penelitian ini.

Teknik analisa dan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* WarpPLS 7.0. Pada WarpPLS 7.0 terdapat analisa outer model yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Pada uji validitas terdapat *convergent validity* yang nilainya harus > 0,7, tetapi jika loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup (Sholihin & Ratmono, 2013, p. 67). Uji validitas juga terdapat *discriminant validity* yaitu nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus > 0,7. Uji reliabilitas terdapat *composite reliability* dan *cronbach alpha* yang nilainya sama-sama juga harus lebih dari 0,7.

Pada WarpPLS 7.0 terdapat R<sup>2</sup> yang artinya angka yang mengindikasikan besarnya kombinasi variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi nilai variabel dependen dan Q<sup>2</sup> yang berfungsi sebagai alat ukur baik atau tidaknya nilai observasi yang dihasilkan dan juga estimasi parameternya dalam sebuah model struktural. Uji hipotesis pada WarpPLS 7.0 menggunakan *p-value* dengan *alpha* 5%, sehingga nilai harus < 0,05.

### Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukan *sampling* dengan metode *purposive sampling*, dari 712 perusahaan menjadi 27 perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini.

**Tabel 1.** Nilai *Convergent Validity*

Indikator	Nilai Loading	Type (a)	SE	P Value
X1	1,000	Reflect	0,097	<0,001
X2	1,000	Reflect	0,049	<0,001
X3	1,000	Reflect	0,076	<0,001
Z	1,000	Reflect	0,102	<0,001
Y	1,000	Reflect	0,095	<0,001

Tabel 1 menunjukkan nilai *convergent validity* dari variabel-variabel yang ada pada penelitian ini. Pada pengujian nilai *convergent validity* ini diperoleh hasil bahwa seluruh variabel memperoleh nilai *convergent validity* sebesar 1,000 atau diatas 0,70. Dapat disimpulkan bahwa, nilai *convergent validity* telah memenuhi standar dari *loading* faktor yang telah ditentukan.

**Tabel 2.** Nilai *Discriminant Validity*

	Profitabilitas (X1)	Slack Resources (X2)	GCG (X3)	CSR (Z)	Nilai Perusahaan (Y)
X1	1,000	0,000	0,000	0,000	0,000
X2	0,000	1,000	0,000	0,000	0,000
X3	0,000	0,000	1,000	0,000	0,000
Z	0,000	0,000	0,000	1,000	0,000
Y	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000

Tabel 2 di atas menunjukkan *discriminant validity*. Pada nilai *discriminant validity* menyatakan bahwa nilai *cross loading* pada masing-masing variabel lebih besar daripada nilai *cross loading* variabel lainnya. Disimpulkan bahwa setiap variabelnya memiliki nilai *discriminant validity* yang memadai.

**Tabel 3.** Nilai Uji Reliabilitas

	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)
Profitabilitas (X1)	1.000	1.000	1.000
Slack Resources (X2)	1.000	1.000	1.000
GCG (X3)	1.000	1.000	1.000

CSR (Z)	1.000	1.000	1.000
Nilai Perusahaan (Y)	1.000	1.000	1.000

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai uji reliabilitas pada *composite reliability* dan *cronbach alpha* memiliki nilai lebih dari 0,70. Dapat disimpulkan syarat dari hasil *outer model* sudah terpenuhi.

**Tabel 4.** Nilai *R-Square*

	R-Square	R-Square Adjusted
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	0,186	0,167
Nilai Perusahaan (Y)	0,260	0,238

Tabel 4 menunjukkan bahwa *R-square* pada variabel *corporate social responsibility* adalah 0,186, hal ini dapat dikatakan model lemah karena nilai kurang dari 0,25. Begitu pula *R-Square* yang dimiliki oleh nilai perusahaan yaitu sebesar 0,260 yang dapat dikatakan model lemah karena nilai kurang dari 0,50.

**Tabel 5.** Nilai *Q-Squared*

	Q <sup>2</sup>
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	0.186
Nilai Perusahaan (Y)	0.317

*Q-Square* memiliki fungsi yaitu untuk berfungsi sebagai alat ukur baik atau tidaknya nilai observasi yang dihasilkan dan juga estimasi parameternya dalam sebuah model struktural. Pada tabel 5 menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* yaitu sebesar 0,186 dan nilai perusahaan sebesar 0,317. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki *Q-Square* (Q<sup>2</sup>) yang baik, karena nilainya lebih dari 0.

**Tabel 6.** Nilai Model Fit dan *Quality Indices*

Indikator Fit Model	Indeks	P-Value	Hasil
APC	0.203	<0.001	Diterima
ARS	0.223	<0.001	Diterima
AVIF	1.068	-	Diterima

Tabel 6 menunjukkan nilai model fit pada penelitian ini. Dijelaskan bahwa p-value untuk APC dan ARS adalah < 0,05 serta AVIF kurang dari 5, sehingga syarat untuk fit model telah terpenuhi.

**Tabel 7.** Hasil Uji Hipotesis

	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0,499	<0,001	Diterima
<i>Slack resources</i> -> Nilai Perusahaan	0,063	0,249	Ditolak
GCG -> Nilai Perusahaan	0,107	0,274	Ditolak
CSR -> Nilai Perusahaan	-0,143	0,206	Ditolak
Profitabilitas -> CSR	0,181	0,030	Diterima
<i>Slack Resources</i> -> CSR	-0,341	<0,001	Diterima
GCG -> CSR	-0,092	0,144	Ditolak
Profitabilitas -> CSR -> Nilai Perusahaan	-0.026	0.236	Ditolak
<i>Slack Resources</i> -> CSR -> Nilai Perusahaan	0,049	0.201	Ditolak
GCG -> CSR -> Nilai Perusahaan	0,013	0.323	Ditolak



Bedasarkan tabel 7 menunjukkan hasil pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,499 dan *P-value* <0,001, sehingga H1 diterima. Hal ini disetujui dengan penelitian Chumaidah dan Priyadi (2018); Pradita dan Suryono (2019); serta Windasari dan Riharjo (2017), yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Kualitas perusahaan dapat dikatakan baik, jika perusahaan mempunyai jumlah profitabilitas yang tinggi dan terus meningkat. Hal ini membuat investor semakin berminat untuk meningkatkan permintaan saham perusahaan yang diinginkannya. (Windasari & Riharjo, 2017). Hal ini mendukung teori *stakeholder* karena dengan memiliki profitabilitas yang tinggi, maka selaku investor akan berdatangan untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

Tabel 7 juga menjelaskan pengaruh *slack resources* terhadap nilai perusahaan dengan memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,063 dan *P-value* 0,249, hal ini membuat H2 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *slack resources* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Rukmana, Akram, dan Pituringsih (2020) *slack resources* dapat menurunkan perusahaan jika tidak digunakan dengan baik, karena adanya *slack resources* yang tinggi sering kali perusahaan menginvestasikannya kepada proyek yang risikonya tinggi dan meragukan, sehingga dapat membahayakan perusahaan dan perusahaan dapat mengalami kerugian.

Hasil pengujian pada *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,107 dan *P-value* 0,274, sehingga H3 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* yang diprosikan dengan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Thendean dan Meita (2019) anggota dewan komisaris yang banyak, dapat menurunkan nilai perusahaan. Investor cenderung tidak akan melihat seberapa banyak jumlah para anggota dewan komisaris ketika menanamkan sahamnya, sehingga nilai perusahaan tidak meningkat jika dewan komisaris tersebut semakin tinggi.

Hasil pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan memiliki nilai *path coefficients* sebesar -0,143 dan *P-value* 0,206, hal ini membuat H4 ditolak. Para investor cenderung melihat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dibandingkan dengan pengungkapan kegiatan sosialnya, hal ini dapat dibuktikan karena pengungkapan *corporate social responsibility* tiap-tiap perusahaan belum memenuhi target. Walaupun perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* dengan sangat tinggi, para investor tetap memandang kondisi keuangan perusahaan dibandingkan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaannya (Suhartini & Megasyara, 2017).

Hasil pengujian tabel 7 menunjukkan hasil dari pengaruh variabel profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,181 dan *P-value* 0,030, sehingga H5 diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu Astuti (2019); Wahyuningsih dan Mahdar (2018) yang mengatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Menurut Wahyuningsih dan Mahdar (2018) semakin tinggi profitabilitasnya maka semakin baik dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* sehingga dapat perhatian dari publik, pemerintah, dan *stakeholder* lainnya. Hasil ini mendukung *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*, karena dengan perusahaan memiliki kualitas yang tinggi pada pengungkapan *corporate social responsibility* maka selaku investor juga tertarik untuk menanamkan sahamnya di suatu perusahaan dan dapat meyakinkan pemangku kepentingan bahwa aktivitas dan kinerjanya sesuai dengan norma-norma yang ada.

Hasil dari pengaruh variabel *slack resources* terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan memiliki nilai *path coefficients* sebesar -0,341 dan *P-value* <0,001, hal ini membuat H6 diterima. Hal ini didukung dengan penelitiannya Anggraeni dan Djakman

(2017); Shoimah dan Aryani (2019); Yusuf et al., (2017) yang menyatakan *slack resources* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Adanya kelebihan sumber daya pada perusahaan dapat memanfaatkan dananya untuk kegiatan sosial yang ada pada sekitar perusahaan (Yusuf et al., 2017). Hal ini juga disetujui oleh Anggraeni dan Djakman (2017) bahwa jika perusahaan memiliki kas dan setara kas yang tinggi dapat dialokasikan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga informasi yang diungkapkan akan memiliki kualitas yang tinggi. Penelitian ini mendukung *stakeholder theory*, karena pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menimbulkan timbal balik positif terhadap para *stakeholder*. Selain itu penelitian ini juga mendukung *legitimacy theory*, karena adanya pelaporan *corporate social responsibility* menunjukkan perusahaan tersebut memiliki tanggung jawab kepada lingkungan sekitar.

Hasil dari pengaruh variabel *good corporate governance* terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan memiliki nilai *path coefficients* sebesar -0,092 dan *P-value* 0,144, sehingga H7 ditolak. Dewan komisaris memiliki tugas mengontrol dan mengawasi kegiatan internal pada perusahaan, tetapi bukan berdasarkan banyak atau tidaknya anggota dewan komisaris tetapi lebih terfokus kepada mutu, kepercayaan, dan kemampuan yang ada pada dewan komisaris (Fitriyah, 2020).

Tabel 7 menjelaskan bahwa H8 yaitu profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening ditolak, karena *P-value* yang dihasilkan adalah 0,236 dan lebih dari 0,05. Menurut Windasari dan Riharjo (2017) tingginya tingkat profitabilitas belum mampu memengaruhi reaksi pasar terhadap informasi laba dengan mengungkapkan *corporate social responsibility*.

Tabel 7 menjelaskan bahwa H9 yaitu *slack resources* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening ditolak, karena dikarenakan *P-value* yang dihasilkan adalah 0,201 dan lebih dari 0,05. Menurut Madyakusumawati (2019) dengan adanya *slack resources* yang dimiliki oleh perusahaan, akan diungkapkan untuk meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan daripada meningkatkan kinerja sosial yang ada perusahaan seperti mengungkapkan *corporate social responsibility*. Rukmana, Akram, dan Pituringsih (2020) juga menyatakan bahwa investor lebih tertarik dan lebih melihat dari kinerja keuangan daripada kegiatan *corporate social responsibility*.

Hipotesis selanjutnya, H10 yaitu *good corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* ditolak, karena *P-value* sebesar 0,323. Banyaknya dewan komisaris belum tentu akan membuat perusahaan akan mengungkapkan kegiatan sosial pada laporan berkelanjutan menjadi lebih luas (Fitriyah, 2020). Banyaknya investor yang kurang melihat pengungkapan *corporate social responsibility* untuk menanamkan sahamnya di perusahaan. Hal ini terjadi karena, para investor memiliki pikiran bahwa perusahaan wajib mengungkapkan *corporate social responsibility*, sehingga investor tidak begitu memerhatikan pengungkapan *corporate social responsibility*.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Untuk *slack resources*, *good corporate governance*, dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan *slack resources* berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*, tetapi *good corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Selain itu, *corporate social responsibility* tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas, *slack resources*, dan *good corporate governance*

terhadap nilai perusahaan.

Saran untuk penelitian mendatang yaitu perlu menambahkan variabel lain atau proksi lainnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan dan dapat menambahkan topik-topik lainnya di penelitian ke depannya. Selain itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya menambahkan periode tahun-tahun berikutnya agar hasil penelitian lebih maksimal dan lebih spesifik.

#### Daftar Pustaka

- Agustina, D. (2017). Pengaruh Corporate Governance dan Variabel Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 13–26. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.61>
- Anggraeni, D. Y., & Djakman, C. D. (2017). Slack Resources, Feminisme Dewan, dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 14(1), 94–118. <https://doi.org/10.21002/jaki.2017.06>
- Argiles, J. M., Garcia, B. J., Martinez, B. M., & Blasco. (2016). The Impact of Absorbed and Unabsorbed Slack on Firm Profitability: Implications For Resource Redeployment. *Advances in Strategic Management*, 35, 371–395. <https://doi.org/10.1108/S0742-332220160000035012>
- Astuti, D. W. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Akuntansi Dewantara*, 3(2), 179–191. <https://doi.org/10.26460/AD.V3I2.5287>
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112–1138. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/27825/17741>
- Chumaidah, & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(3), 1–20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/116/113>
- Fitriyah. (2020). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Earnings Management dengan Variabel CSR Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 178–191. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.116>
- Freeman, R. E., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020). Tensions in Stakeholder Theory. *Business and Society*, 59(2), 213–231. <https://doi.org/10.1177/0007650318773750>
- Indraswari, I. G. A. L., & Mimba, N. P. S. H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kapitalisasi Pasar, dan Kepemilikan Saham Publik Pada Tingkat Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1219–1248. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/29909/19829>
- Madyakusumawati, S. (2019). Peran Slack Resources dan Diversitas Gender Terhadap Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(2), 69–92. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jembatan/index>
- Mufidah, N., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 64–82. <https://doi.org/10.18860/ed.v6i1.5454>
- Oktavila, & NR, E. (2019). Pengaruh Kapitalisasi Pasar dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1184–1199. <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/10>
- Pradita, R. A., & Suryono, B. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai

- Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(2), 1–18.
- Putri, K. A. T. P., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 14(2), 156–169. <https://doi.org/10.21009/wahana.14.024>
- Rukmana, U. N. A., Akram, & Pituringsih, E. (2020). Prediktor Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *EMBA*, 8(4), 156–167. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30664>
- Shoimah, I. L., & Aryani, Y. A. (2019). Slack Resources, Family Ownership, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 192–199. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i2.55>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPls 3.0*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, D., & Megasyara, I. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 21(2), 129–140. <https://core.ac.uk/download/pdf/287201414.pdf>
- Sulhan, M., & Pratomo, A. S. (2020). Analysis of The Impact of Financial Performance on Company Value with Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance as Moderating Variables. *Management and Economics Journal*, 4(2), 163–174. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i2.8196>
- Thendean, C. A., & Meita, I. (2019). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 21(2), 152–162. <https://core.ac.uk/download/pdf/287201377.pdf>
- Wahyuningsih, A., & Mahdar, N. M. (2018). Pengaruh Size, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 5(1), 27–36. <http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/QP7CMK1Q9CHIAT2JCRDLOFABQ.pdf>
- Windasari, O., & Riharjo, I. B. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(10), 1–20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/549/560>
- Yusuf, Y. Y., Rahman, A. F., & Mardiaty, E. (2017). Determinan Pengungkapan CSR dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 197–216. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1701>