

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Perusahaan Bursa Efek Indonesia

Bursa efek Indonesia atau Indonesia stock exchange (IDX) merupakan pihak yang menyelenggarakan atau menyediakan sarana guna mempertemukan penawaran jual beli efek pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek. Bursa efek didirikan pada 14 Desember 1912 oleh pemerintah Hindia Belanda. Bursa efek mulai beroperasi pada 10 Agustus 1977, sebagai perusahaan Bursa Efek Jakarta dijalankan dibawah Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM) yang sekarang berganti menjadi Otoritas Jasa keuangan (OJK). Walaupun perusahaan telah beroperasi kembali pada saat itu masih banyak yang tidak mengetahuinya, dengan begitu jumlah emiten hanya sedikit yang menyebabkan pada tahun 1987 terbitlah kebijakan PAKDES 87 atau paket desember 1987, yang memberikan kemudahan bagi pengusaha untuk melakukan IPO atau penawaran umum perdana dan juga investor asing diberi izin berinvestasi di Indonesia. Dengan sering perkembangan zaman dan tingkat mobilisasi warga Indonesia maupun asing pada tahun 2002 bursa efek menerapkan sistem perdagangan jarak jauh atau *remote trading*, dengan adanya sistem ini maka masyarakat tidak perlu lagi ke broker untuk membeli atau menjual saham. Selanjutnya pada tahun 2007 dengan digabungnya bursa efek Surabaya (BES) dengan Bursa efek Jakarta (BEJ) menjadi Bursa efek Indonesia, maka indonesia dikenal dengan satu perusahaan bursa sampai sekarang yang dikenal dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) yang merupakan pasar obligasi dan derivatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang secara konsisten terdaftar di BEI pada tahu 2016-2018. Dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa Laporan Keuangan (*financial report*) dan Laporan Tahunan (*annual report*) yang dipublikasikan di situs resmi BEI. Data yang digunakan berasal dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang nantinya digunakan untuk mengukur variabel – variabel yang terkait dalam

penelitian ini, yaitu *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan dan Profitabilitas.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan sampel dengan melalui beberapa kriteria peneliti yang sesuai sehingga mendapatkan 10 sampel perusahaan jasa sub sektor pariwisata, hotel dan restoran. Sehingga pada tahun 2016-2018 diperoleh 30 data pengamatan yang digunakan sebagai sampel penelitian perusahaan jasa sub sektor pariwisata, hotel dan restoran. Berikut tabel proses pemilihan sampel daam penelitian ini:

Tabel 4.1
Pemilihan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan jasa sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang terdaftar di <i>Bursa Efek Indonesia</i> (BEI)	26
2	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan tahunan berturut-turut selama periode 2016-2018 di BEI	(13)
3	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR selama periode 2016-2018.	(2)
5	Perusahaan yang delisting selama periode 2016-2018.	(1)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan sampel		10

Berikut daftar nama-nama perusahaan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian:

Tabel 4.2
Daftar Perusahaan Yang Dijadikan Sampel

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	BAYU	Bayu Buana Tbk
2	HOME	Hotel Mandarine Regency Tbk
3	HOTL	Saraswati Griya Lestari Tbk
4	ICON	Island Concepts Indonesia Tbk
5	INPP	Indonesiam Paridise Property Tbk
6	JGLE	Graha Andrasenta Propertindo Tbk
7	PGLI	Panorama Sentrawawisata Tbk
8	PJAA	Pembangunan Jaya Ancol Tbk
9	PNSE	Pudjiadi and sons Tbk
10	PSKT	Red Planet Indonesia Tbk <i>d.h Pusako Tarinka Tbk</i>

4.2 Diskripsi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38) Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1.1 Variabel Independen

Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* yang merupakan pengomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas perusahaan yang dijalankan untuk masyarakat dan pihak yang bersangkutan secara keseluruhan yang diharapkan dapat memengaruhi citra perusahaan terhadap masyarakat. Pengungkapan CSR dapat dihitung menggunakan *CSR Index*. Pengukuran CSR menggunakan *CSRD_{Ij}* menggunakan rumus:

$$CSRD_{Ij} = \frac{n}{k}$$

Tabel 4.3

Pengungkapan CSR periode 2016-2018

NO	NAMA PERUSAHAAN	CSR (X)		
		2016	2017	2018
1	BAYU	0,026	0,038	0,038
2	HOME	0,077	0,090	0,090
3	HOTL	0,038	0,051	0,051
4	ICON	0,064	0,051	0,115
5	INPP	0,103	0,115	0,077
6	JGLE	0,141	0,167	0,167
7	PGLI	0,026	0,077	0,077
8	PJAA	0,038	0,231	0,308
9	PNSE	0,154	0,154	0,154
10	PSKT	0,128	0,128	0,179

4.2.1.2 Variabel Dependen

Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator investor menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

Tabel 4.4
Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan (Tobin's Q) Tahun 2016-2018

NO	NAMA PERUSAHAAN	TOBINS Q		
		2016	2017	2018
1	BAYU	0,93	1,12	1,29
2	HOME	3,04	1,04	1,31
3	HOTL	1,45	0,95	0,99
4	ICON	1,22	0,93	0,76
5	INPP	1,42	1,45	1,46
6	JGLE	2,70	1,11	0,70
7	PGLI	0,55	1,18	1,69
8	PJAA	1,37	1,03	0,96
9	PNSE	1,89	2,39	1,58
10	PSKT	2,25	1,17	1,22

4.2.1.3 Variabel Mediasi

Pada penelitian ini variabel mediasi yang digunakan adalah Profitabilitas yang gunanya untuk melihat perkembangan perusahaan dalam rentan waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan. Profitabilitas dihitung menggunakan ROA yaitu Laba Bersih Setelah Pajak dibagi Total asset dikali 100%. Hasil perhitungan Profitabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Perhitungan Profitabilitas Tahun 2016-2018

NO	NAMA PERUSAHAAN	ROA		
		2016	2017	2018
1	BAYU	4,16	0,041	0,053
2	HOME	0,1	0,000	-0,093
3	HOTL	-1,31	0,012	-0,008
4	ICON	0,93	0,037	0,079
5	INPP	3,52	0,022	0,019
6	JGLE	-1,43	-0,002	-0,004
7	PGLI	0,91	0,016	0,059
8	PJAA	4,08	0,055	0,050
9	PNSE	-0,13	0,045	-0,005
10	PSKT	-8,49	-0,069	-0,043

4.2.2 Statistik Deskriptif

Berdasarkan data statistik yang diperoleh menggunakan *software SPSS*, maka dilakukan analisis deskriptif guna memberikan gambaran data penelitian. Hasil uji statistic deskriptif diperoleh 42 data observasi yang berasal dari perkalian 21 perusahaan jasa sub sektor pariwisata, hotel dan restoran yang sesuai kriteria sampel penelitian dengan 2 tahun yaitu pada tahun 2017-2018. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengancara mendiskripsikan yang termasuk dalam statistic deskriptif yaitu nilai rata-rata (mean), mediam, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari masing-masing penelitian. Hasil olahan data menggunakan *software SPSS* menghasilkan deskripsi variabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	30	.026	.308	.11333	.086196
ROA	30	-8.490	4.160	.25680	2.193908
Nilai Perusahaan	30	.546	3.045	1.38453	.755789
Valid N (listwise)	30				

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dijelaskan bahwa rata-rata *Corporate Social Responsibility* yang telah diukur dari indeks pengungkapan periode 2016-2018 sebesar 0,11333, dengan nilai CSR maksimum sebesar 0,308, sedangkan pada nilai minimum sebesar 0,026 dan pada nilai simpangan baku rata-rata sebesar 0,086196.

Pada variabel nilai perusahaan yang dihitung menggunakan Tobins Q memiliki rata-rata 1,38453, sedangkan nilai minimum sebesar 0,546, kemudian pada nilai maksimum sebesar 3,045, selanjutnya pada nilai simpanan baku rata-rata sebesar 0,755789.

Pada variabel profitabilitas yang dihitung menggunakan ROA memiliki rata-rata sebesar 0,25680, sedangkan nilai minimum sebesar -8,490, kemudian pada nilai maksimum sebesar 4,160, dan pada nilai simpanan baku rata-rata sebesar 2,193908.

4.3 Pengujian Asumsi Model

Pada penelitian ini, pengujian asumsi model dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik guna menguji kualitas data sehingga diketahui keabsahan data. Pengujian asumsi klasik dilakukan menggunakan tiga uji, yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji hetroskedastisitas.

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

4.3.1.1 Uji Normalitas

Merupakan suatu pengujian yang dilakukan dengan tujuan menilai apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Asymp Sig. Kolmogorov-Smienov. Dengan nilai probabilitas > 0,05 maka distribusi regresi adalah normal.

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97122043
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.141
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		.774
Asymp. Sig. (2-tailed)		.586

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Data diolah software SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas seperti yang terlihat pada tabel 4.7 nilai *kolmogorov-smirnov*, hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig. 0,586 yang lebih besar dari standart signifikan 5% (0,05) sehingga data yang diuji menyebar normal atau berdistribusi normal.

4.3.1.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linear di antara variabel- variabel independen dalam model regresi. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerane dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolienaritas sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Begitu pula jika niai tolerance tidak < 0,10 maka tidak terjadinya multikolinearitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.965	1.036
	ROA	.965	1.036

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil Data diolah *software* SPSS

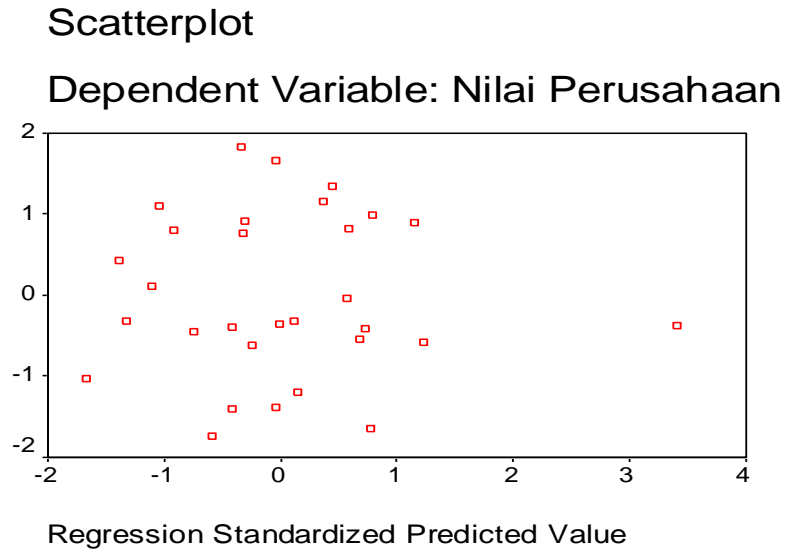
Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerane yang kurang dari 0.10 yang artinya tidak ada korelasi antar variabel independen. Begitu juga dengan hasil perhitungan nilai VIF yang menunjukkan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen.

4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada gambar 4.1 halaman 54.

Berdasarkan gambar 4.1 scatterplot dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar diatas dan dibawah, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terindikasi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



4.3.1.4 Uji Autokorelasi

Metode ini bertujuan untuk menguji sebuah model regresi linear apakah terdapat kolerasi antara kesalahan variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Tabel 4.9

Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,716

Tabel 4.10
Durbin Watson

Du	Bebas Autokorelasi (DW)	4-du
1,649	1,716	2,350

Hasil pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,716 dimana nilai du dalam penelitian ini adalah 1,649. Dengan demikian hasil uji autokorelasi dengan kriteria $du < DW < 4 - du$ adalah $1,649 < 1,716 < 2,350$ hasil ini membuktikan bahwa model regresi yang disusun bebas dari autokorelasi.

4.4 Pengujian Model dan Pengujian Hipotesis

4.4.1 Uji model regresi dan uji hipotesis t

4.4.1.1 Analisis Regresi Model 1

Analisis regresi model 1 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan dari variabel bebas (*Corporate Social Responsibility*) terhadap variabel intervening (profitabilitas). Berikut adalah persamaan strukturalnya:

$$CSR = b_0 + \beta_1 CSR + \epsilon_1$$

a. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parameter parameter parsial atau individu dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) secara parsial. Uji Uji parsial dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel CSR terhadap profitabilitas. Pengambilan keputusan dalam uji parsial yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Hasil analisis statistik Uji-t dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11
Hasil Uji signifikansi parameter parsial (uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.378	.561		-2.457	.020
	CSR	14.424	3.963	.567	3.640	.001

a. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel 4.11 maka persamaan regresi yang mencerminkan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Z = -1,378 + 0,567X_1 + \varepsilon_1$$

Keterangan:

Z = Profitabilitas

X = *Corporate Social Responsibility*

e₁ = Error regresi model 1

Berdasarkan hasil pengujian parameter parsial, diperoleh hasil bahwa CSR menunjukkan nilai *Coefficient Beta* sebesar 0,567 dengan signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 (*Alpha 5%*), maka **Hipotesis 1 diterima** dengan demikian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi model 1 ini bertujuan guna mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen secara keseluruhan menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel CSR secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan.

Tabel 4.12
Hasil uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.402	.584624

a. Predictors: (Constant), CSR

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa nilai *R-Square* adalah sebesar 0,422. Artinya bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel CSR sebesar 42,2 persen dan 57,8 persen sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Berdasarkan uji R² diatas, nilai error pada regresi model 1 adalah $e_1 = \sqrt{1 - (0,422)} = 0,760$

4.4.1.2 Analisis Regresi Model 2

Analisis regresi model 2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan dari variabel bebas melalui variabel mediasi (*intervening*) terhadap variabel terikat (*dependen*). Berikut adalah persamaan strukturalnya :

$$\text{Nilai Perusahaan} = b_0 + b_1 \text{ CSR} + b_2 \text{ Profitabilitas} + e_1$$

a. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parameter parsial atau individu dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) secara parsial. Uji parsial dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Hasil analisis statistik Uji-t dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji signifikansi parameter Parsial (uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.921	.182		5.060	.000
	CSR	3.791	1.416	.432	2.678	.012
	ROA	.132	.056	.384	2.377	.025

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel 4.13 di atas, maka persamaan regresi yang mencerminkan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,921 + 0,012X + 0,385Z + e_1$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

Z = Profitabilitas

X = *Corporate Social Responsibility*

e₁ = Error regresi model 1

Berdasarkan hasil pengujian parameter parsial, diperoleh hasil bahwa CSR menunjukkan nilai *Coefficient Beta* sebesar 0,432 dengan signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$ (*Alpha 5%*), maka **Hipotesis 2 Diterima**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian parameter parsial, diperoleh hasil bahwa profitabilitas menunjukkan nilai *Coefficient Beta* sebesar 0,384 dengan signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$ (*Alpha 5%*), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi model 2 ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen secara keseluruhan menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kinerja lingkungan dan kinerja keuangan secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan.

Tabel 4.14
Hasi uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.487	.541410

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa nilai *R-Square* adalah sebesar 0,522. Artinya bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel CSR dan profitabilitas sebesar 52,2 persen dan 47,8 persen sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Berdasarkan uji R^2 diatas, nilai error pada regresi model 2 adalah

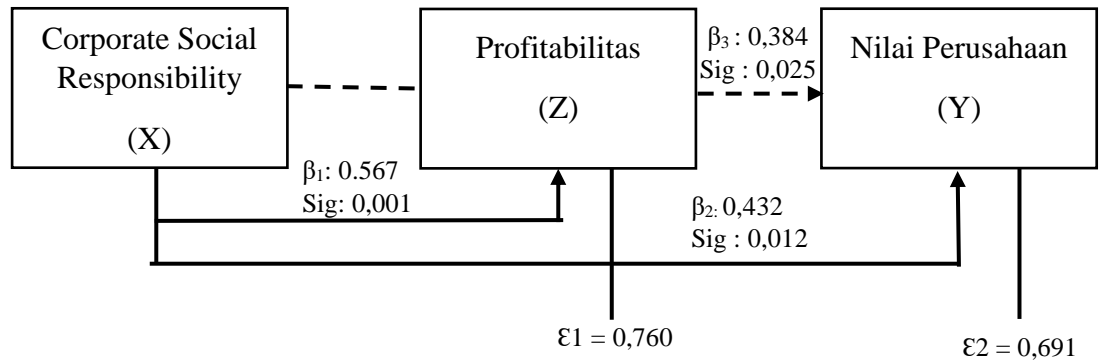
$$e_2 = \sqrt{1 - (0,522)} = 0,691$$

4.4.2 Uji Model Path Analysis

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis regresi dilakukan sebanyak dua kali. Analisis regresi yang pertama dilakukan untuk mengetahui hubungan dari variabel bebas (*Independen*) terhadap variabel mediasi (*Intervening*). Analisis regresi yang kedua dilakukan untuk mengetahui hubungan dari variabel bebas (*Independen*) terhadap variabel terikat (*Dependen*).

Interpretasi dari hasil analisis jalur dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.2
Hasil Analisis Jalur



a. Pengaruh langsung

Pengaruh langsung terjadi apabila suatu variabel memengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi (*intervening*) hubungan kedua variabel. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan pengaruh langsung antara variabel bebas dengan variabel mediasi maupun variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Hipotesis

Model	Standardized coefficient beta	T	Sig.	R-Square	keputusan terhadap Ha
Persamaan Struktural Model 1					
β_{1XZ}	0,567	3,64	0,001	0,422	Diterima
Persamaan Struktural Model 2					
β_{2XY}	0,432	2,678	0,012	0,522	Diterima
β_{3ZY}	0,384	2,377	0,025		Diterima

Keterangan : Signifikansi [$\alpha = 0,05$]

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* mempunyai signifikansi variabel $0,001 < 0,05$ dengan koefisien beta 0,567 artinya bahwa *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh signifikan

terhadap Profitabilitas (Z). *Corporate Social Responsibility* mempunyai nilai signifikansi variabel $0,012 < 0,05$ dengan koefisien beta 0,432, artinya *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Profitabilitas mempunyai signifikansi variabel $0,025 < 0,05$ dengan koefisien beta 0,384, artinya variabel Profitabilitas (Z) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y).

b. Pengaruh tidak langsung

Pengaruh tidak langsung apabila ada variabel ketiga yang memediasi hubungan variabel ini. Pengaruh $X_{Corporate\ Social\ Responsibility}$ terhadap $Y_{Nilai\ Perusahaan}$ melalui $Z_{Profitabilitas}$

Tabel 4.16

Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Hubungan	Pengaruh	
	Langsung	Tidak Langsung
X terhadap Y	0,432	
X terhadap Z	0,567	
Z terhadap Y	0,384	
X terhadap Y melalui Z		$(0,567 \times 0,384) = 0,217$

Berdasarkan hasil analisis jalur memperlihatkan pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan sebesar 0,432. Sedangkan pengaruh tidak langsung *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas yaitu $(0,567 \times 0,384) = 0,217$ karena nilai koefisien beta $0,432 > 0,217$ maka variabel Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini **diterima**, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil pengujian ditunjukkan dengan pengaruh CSR terhadap Profitabilitas memiliki koefisien jalur sebesar 0,567 dan secara statistic signifikan pada level $0,001 < 0,05$. Nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin tinggi Profitabilitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajide & Aderemi (2014) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Pelaksanaan CSR dapat memberikan banyak manfaat antara lain menurunkan biaya operasional perusahaan, meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasar, sehingga dapat menarik calon investor melalui citra positif yang tercipta. Dengan citra positif yang tercipta reputasi perusahaan menjadi perhatian oleh calon investor yang dapat dinilai melalui profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas.

4.5.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini **diterima**, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian ditunjukkan dengan pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan memiliki koefisien jalur sebesar 0,432 dan secara statistic signifikan pada level $0,012 < 0,05$. Nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin tinggi Profitabilitas.

Hasil penelitian ini telah didukung teori *stakeholder* yang menyatakan, selain pemegang saham ada pihak-pihak lain (masyarakat/customer) yang memiliki hubungan dengan aktivitas perusahaan, sehingga perusahaan dianggap telah bertanggungjawab dengan pihak-pihak lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gherghina, Vintilă, & Dobrescu (2015) dan Agustina (2013) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4.5.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini **ditolak**, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel CSR terhadap Nilai perusahaan berpengaruh signifikan namun dengan adanya variabel Profitabilitas sebagai variabel mediasi belum mampu menjadi mediasi antara variabel CSR terhadap Nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Febriyana (2016) menyatakan bahwa Profitabilitas tidak terbukti sebagai variabel *intervening* yang dapat menghubungkan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil tidak berpengaruh ini dapat pula disebabkan karena investor tidak hanya mengandalkan data historis untuk memutuskan membeli atau menjual saham. Hal ini dapat terjadi karena pergeseran keyakinan, saat ini profitabilitas dianggap hanyalah hasil masa lalu yang seringkali tidak menggambarkan kejadian di masa akan datang. Investor saat ini cenderung menggunakan alternatif lain sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan, metode yang dapat digunakan antara lain metode fundamental, deviden, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh secara langsung terhadap Nilai Perusahaan namun tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi.