

**PERAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM MEMEDIASI
PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP HARGA SAHAM
PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN 2018-2021**

Sigit Gunawan^a,

^a Program Magister Manajemen, sigitbojonegoro59@yahoo.co.id, Universitas Wijaya
Putra Surabaya

Nugroho Mardi Wibowo^b,

^b Program Magister Manajemen, nugrohomardi@uwp.ac.id, Universitas Wijaya Putra
Surabaya

Hadi Susanto^c

^c Program Magister Manajemen, hadisusanto@uwp.ac.id, Universitas Wijaya Putra
Surabaya

Sigit Gunawan: sigitbojonegoro59@yahoo.co.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe the condition of financial ratios which include profitability ratios, company size and leverage, Corporate Social Responsibility and stock prices in Consumer Goods Industry Companies listed on the IDX in 2018-2021. To analyze and prove the effect of profitability, company size and leverage on Corporate Social Responsibility. To analyze and prove the effect of financial ratios on profitability, company size, and leverage as well as Corporate Social Responsibility on stock prices. To analyze and prove that Corporate Social Responsibility can mediate the effect of financial ratios on profitability, company size and leverage indirectly on stock prices. The population used in this research is 51 consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2021. The sampling technique used purposive sampling so that 11 companies were obtained as research samples. Methods of data analysis using PLS. Based on the results of the study, it was found that the ROA level, company size, leverage and stock price were also not good. Profitability financial ratios and company size have a significant effect on Corporate Social Responsibility, financial leverage ratios have no significant effect on Corporate Social Responsibility. Financial ratios of profitability and Corporate Social Responsibility have no significant effect on stock prices. Financial ratios of company size and leverage have a significant effect on stock prices. Financial ratios of profitability and company size and leverage have no significant effect on stock prices mediated by Corporate Social Responsibility.

Keywords: *Financial Ratios, Profitability, Company Size, Leverage, Corporate Social Responsibility and Stock Price.*

Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kondisi rasio keuangan yang meliputi rasio profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage, *Corporate Social Responsibility* dan harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 . Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage terhadap *Corporate Social Responsibility*. Untuk

Received Oktober 30, 2022; Revised November 2, 2022; November 22, 2022

*Corresponding author, e-mail address

menganalisis dan membuktikan pengaruh rasio keuangan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage serta *Corporate Social Responsibility* terhadap harga saham. Untuk menganalisis dan membuktikan *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh rasio keuangan profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage secara tidak langsung terhadap harga saham. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini 51 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga didapatkan 11 perusahaan sebagai sampel penelitian. Metode analisis data menggunakan PLS. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Tingkat ROA, ukuran perusahaan, *leverage* dan Harga saham juga kurang baik. Rasio keuangan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*, Rasio keuangan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Rasio keuangan profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham. Rasio keuangan ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap Harga saham. Rasio keuangan profitabilitas dan ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci: rasio profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage, *Corporate Social Responsibility* dan harga saham.

LATAR BELAKANG

1.1. Latar Belakang

Keberhasilan suatu perusahaan terutama pada perusahaan pengolahan atau industri, bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan akan tetapi faktor eksternal seperti masyarakat dan lingkungan atau komunitas disekitar perusahaan (Rahman dalam Mandagie, 2018). Hal tersebut dikarenakan perusahaan pengolahan dan industri dalam proses produksinya akan berdampak pada kerusakan lingkungan. Untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan masing-masing perusahaan wajib melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Program CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan dalam memberikan manfaat kepada masyarakat atas tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya. Perusahaan dituntut peka terhadap lingkungan sekitar agar mendapat pandangan positif dari para pemangku kepentingan. Meskipun tidak memiliki dampak ekonomi secara langsung, namun CSR dinilai mampu mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan di masa yang akan datang. CSR yang diterapkan di suatu perusahaan mampu memberikan respon yang positif dari investor yang ditandai dengan adanya kenaikan harga saham (Wicaksana et al., dan Utomo dalam Prasetyo dan Nani, 2021).

CSR menggambarkan bagaimana hubungan yang baik tercipta antara perusahaan dan karyawan, pelanggan, komunitas, investor, pemerintah, pemasok dan pesaing. Sehingga perusahaan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama dan mampu memberikan manfaat dengan cara meningkatkan kualitas lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar termasuk konsumen, distributor dan karyawan dalam perusahaan tanpa adanya konflik yang dapat merugikan banyak pihak. Prasetyo dan Nani (2021) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR ekonomi terhadap harga saham berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, meskipun hasil penelitian Hendrayani et al.

(2017) dan Novitasari et al. (2020), pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hal ini cukup menarik karena fakta seperti itu menunjukkan terdapat kondisi dimana harga saham dapat dipengaruhi oleh banyak hal. Bukan hanya dari pengungkapan CSR, kebijakan dividen dan tingkat inflasi

CSR memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi kontrak pinjaman, memenuhi kebutuhan ekspektasi masyarakat, untuk menarik investor bahkan sebagai legitimasi tindakan perusahaan. Upaya perusahaan dalam meningkatkan CSR tidak terlepas dari kemampuan manajemen perusahaan untuk mengelola rasio keuangan perusahaan yang meliputi rasio profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage.

Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat, akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya secara luas (Anggraini dalam Mandagie, 2018). Semakin baik suatu perusahaan dapat menciptakan profitnya maka akan semakin banyak investor yang mempertimbangkan perusahaan tersebut Boaventura et al. dalam Hendrayani et al., 2017). Kemudian ukuran perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan baik current maupun non current asset (Sembiring dalam Mandagie, 2018). Semakin besar ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva maka harga saham perusahaan akan semakin tinggi, sedangkan jika ukuran perusahaan semakin kecil maka harga saham perusahaan akan semakin rendah (Sofilda dan Subaedi dalam Arifin dan Agustami, 2016). Sedangkan leverage penting untuk menilai kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang-hutangnya. Perusahaan yang memiliki leverage tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya (Sari dalam Mandagie, 2018). Manfaat dari kebijakan leverage yang perusahaan ambil akan berdampak baik jika kebijakan tersebut dilakukan dengan menghasilkan profit yang seimbang. (Rusliati dan Prasetyo, dalam Hendrayani et al., 2017).

Hasil berbagai penelitian terdahulu berkaitan tentang rasio keuangan terhadap harga saham maupun terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditunjukkan oleh Lombogia et al. (2020) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Kemudian Mandagie et al. (2018), ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Begitu juga Astuti et al. (2020), Return on Assets berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hendrayani et al. (2017), juga menyatakan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Arifin dan Agustami (2016), profitabilitas, rasio pasar, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham Widagdo et al. (2020), rasio keuangan dapat mempengaruhi return saham. Peran kesehatan keuangan perusahaan sangat penting. Selain mempengaruhi tingkat pengembalian yang diperoleh, kesehatan keuangan perusahaan juga dapat mencerminkan tingkat risiko yang akan diterima investor di masa yang akan datang. Dengan meningkatkan kinerja keuangan dengan baik, suatu perusahaan akan memberikan dampak positif bagi berbagai pihak yang berkepentingan dan meminimalkan tingkat kerugian investor.

Sedangkan hasil sebaliknya ditunjukkan oleh Lombogia et al. (2020), current ratio, debt to equity ratio, dan net profit margin tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Mandagie et al. (2018), rasio keuangan profitabilitas yang diprosikan dengan Net Profit Margin (NPM) dan leverage yang diprosikan pada Debt to Equity Ratio (DER) secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Astuti et al. (2020), current ratio berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham. Size dan

Debt to Asset Ratio berpengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham. Hendrayani et al. (2017), *Corporate Social Responsibility* dan leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Arifin dan Agustami (2016), likuiditas dan solvabilitas berpengaruh negatif terhadap harga saham.

KAJIAN TEORITIS

1.2. Harga Saham

Jogiyanto (2017:143) mendefinisikan harga saham sebagai harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu dan harga saham tersebut ditentukan oleh pelaku pasar. Menurut Umam dan Sutanto (2017:179) informasi mengenai harga saham dapat dilihat pada harga saham saat harga penutupan (closing price). Jadi pengukuran harga saham yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Harga Saham : Hasil perhitungan harga rata-rata penutupan bulanan selama satu tahun

1.3. Corporate Social Responsibility

Menurut Said (2018:23) *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata public dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Menurut Wati (2019:21) pengukuran pengungkapan CSR yang dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{NJ}$$

1.4. Profitabilitas

Menurut Asnawi dan Wijaya (2015:45) mendefinisikan profitabilitas sebagai suatu keuntungan atau pendapatan perusahaan yang didapat dari kegiatan usahanya. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan mendapatkan hasil selama satu periode produksi.

Menurut Kasmir (2019:202) Mendefinisikan Return On Asset (ROA) sebagai rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang aktivitas manajemen.

Secara sistematis, Wiratna (2017:64) dalam bukunya mengemukakan rumus Return On Asset (ROA) sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

1.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan cara nilai logaritma natural dari total aset perusahaan Susdarsi dalam Wehantouw, et al, 2015:4).

Rumus yang digunakan dalam menghitung Ukuran Perusahaan menurut Hartono (2016:282) adalah :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Asset}$$

1.6. Leverage

Menurut Fahmi (2015:127) rasio Leverage atau biasa disebut solvabilitas adalah gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan menjaga kemampuannya untuk selalu mampu memenuhi kewajibannya dalam membayar utang secara tepat waktu. Rasio ini yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang.

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Rumus untuk mencari debt to equity ratio dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut.

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis, yaitu menguji hipotesis-hipotesis berdasarkan teori yang telah dirumuskan sebelumnya kemudian data yang telah diperoleh dihitung melalui pendekatan kuantitatifnya. Data kuantitatif merupakan data berupa angka-angka yang dapat dihitung dalam satuan hitung (Sugiyono, 2019:12).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini 51 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling, dengan pendekatan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan data disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu: Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021, Mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan pada tahun 2018-2021 yang dapat diakses melalui situs BEI (www.idx.co.id), Perusahaan manufaktur yang memiliki nilai laba yang positif pada periode pengamatan. Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 11 perusahaan sub sektor industri barang konsumsi yang memenuhi kriteria untuk dilakukan penelitian. Jumlah sampel berdasarkan berdasarkan karakteristiknya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Sampel Perusahaan Sub Sektor Industri Barang Konsumsi

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	MERK	Merck Tbk
2	MYOR	Mayora Indah Tbk
3	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
4	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
5	GGRM	Gudang Garam Tbk
6	HMSP	HM Sampoerna Tbk

7	PYFA	Nippon Indosari Corporindo Tbk
8	TSPC	Siantar Top Tbk
9	KLBF	Kalbe Farma Tbk
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini diperoleh dari *Field Reseach*, *Library Reseach*, dan *Internet reseach*. Metode analisis data ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan alat bantu software PLS (*Partial Least Square*). *Partial Least Square* digunakan dalam penelitian ini, karena data yang digunakan tidak berdistribusi normal dan cukup banyak jalur yang dianalisis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan Struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghozali dan Hengky (2015) PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/ teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Variabel Penelitian

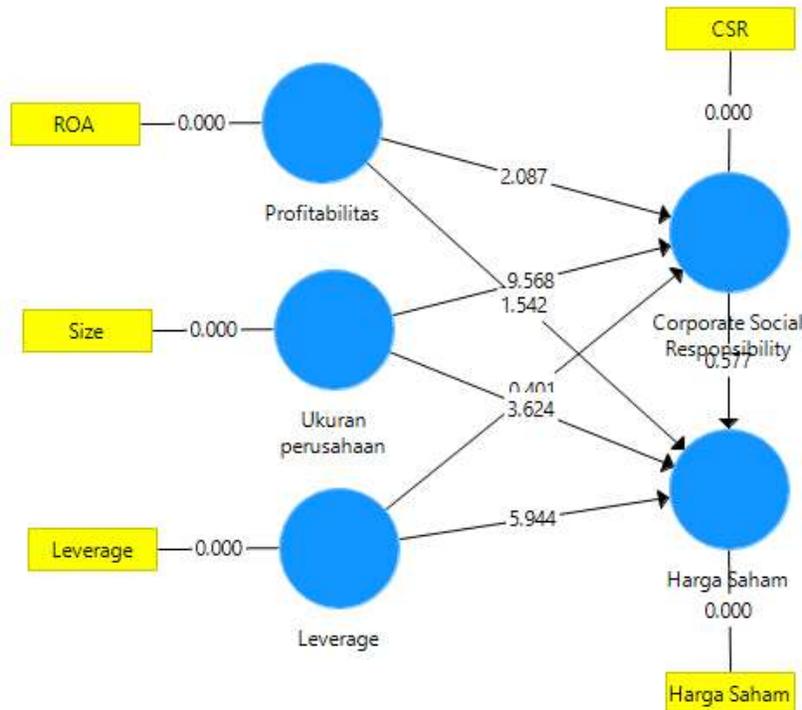
Untuk mengetahui Peran *Corporate Social Responsibility* Dalam Memediasi Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2018-2021, maka dilakukan perhitungan statistik terhadap data-data yang telah diperoleh. Statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Tingkat ROA Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami kenaikan tiap tahun pada tahun 2018-2019 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan signifikan yang berarti tingkat return on assets kurang baik. Tingkat ukuran perusahaan Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami penurunantiap tahun pada tahun 2018- 2021 yang berarti tingkat ukuran perusahaan kurang baik. Tingkat *leverage* Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami kenaikan tiap tahun pada tahun 2018-2021 yang berarti tingkat *leverage* kurang baik. Tingkat *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar dti BEI periode 2018-2021 mengalami penurunantiap tahun pada tahun 2018- 2021 yang berarti tingkat *Corporate Social Responsibility* kurang baik.

4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian ini adalah untuk menentukan koefisien jalur dari model struktural. Tujuannya adalah menguji signifikansi semua hubungan atau pengujian hipotesis.

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Pengujian ini dapat dilihat dari perhitungan botstrapping di SmartPLS pada

koefisien jalur dan pengaruh tidak langsung spesifik. Berikut kerangka dengan hasil perhitungan bootstrapping pada SmartPLS 3.0:



Sumber : data diolah peneliti (2022)
 Gambar 1. Hasil Botstrapping

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan metode analisis pengaruh langsung (direct effects) dan pengaruh tidak langsung (indirect effects). Analisis direct effects berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Jika nilai probabilitas/signifikansi (P-Value) < 0.05 (5%), maka pengaruh antar variabel signifikan. Jika nilai P-Values > 0.05 (5%), maka pengaruh antar variabel tidak signifikan.

Tabel 2. Hasil Analisis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Profitabilitas -> Corporate Social Responsibility	0.232	0.222	0.111	2.087	0.037
Ukuran perusahaan -> Corporate Social Responsibility	0.761	0.764	0.080	9.568	0.000
Leverage -> Corporate Social Responsibility	-0.037	-0.046	0.093	0.401	0.688

Profitabilitas -> Harga Saham	-0.196	-0.207	0.127	1.542	0.124
Ukuran perusahaan -> Harga Saham	0.591	0.604	0.163	3.624	0.000
Leverage -> Harga Saham	-0.534	-0.559	0.090	5.944	0.000
<i>Corporate Social Responsibility</i> -> Harga Saham	0.097	0.095	0.168	0.577	0.564

Sumber : data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan hasil analisis pengaruh langsung antara Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.037 (P-Value < 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung antara Ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.000 (P-Value < 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung antara Leverage terhadap *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.401 (P-Value > 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang tidak signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung antara Profitabilitas terhadap Harga saham dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.124 (P-Value > 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang tidak signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung antara Ukuran perusahaan terhadap Harga saham dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.000 (P-Value < 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung antara Leverage terhadap Harga saham dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.000 (P-Value < 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang signifikan. Hasil analisis pengaruh langsung antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Harga saham dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.564 (P-Value > 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang tidak signifikan.

Kriteria analisis indirect effects adalah dengan melihat nilai probabilitas/signifikansi (P-Value) < 0.05 (5%), maka signifikan yang artinya variabel mediator mampu memediasi pengaruh suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen atau pengaruhnya adalah tidak langsung.. Jika nilai P-Values > 0.05 (5%), maka tidak signifikan yang artinya variabel mediator tidak mampu memediasi pengaruh suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen atau pengaruhnya adalah langsung.

Tabel 2. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Lansung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Profitabilitas -> <i>Corporate Social Responsibility</i> -> Harga Saham	0.022	0.025	0.046	0.484	0.629
Ukuran perusahaan -> <i>Corporate Social</i>	0.074	0.074	0.133	0.554	0.580

<i>Responsibility -></i>					
Harga Saham					
Leverage ->	-0.004	-0.004	0.020	0.185	0.853
<i>Corporate Social Responsibility -></i>					
Harga Saham					

Sumber : data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan hasil analisis pengaruh tidak langsung antara Profitabilitas terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.629 (P-Value > 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang tidak signifikan. Hasil analisis pengaruh tidak langsung antara Ukuran perusahaan terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.580 (P-Value > 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang tidak signifikan. Hasil analisis pengaruh tidak langsung antara Leverage terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui hasil nilai dari P values sebesar 0.853 (P-Value > 0.05) dan dapat dinyatakan memiliki pengaruh antar variabel yang tidak signifikan.

4.3 Pembahasan

Tingkat ROA Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami kenaikan tiap tahun pada tahun 2018-2019 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan signifikan yang berarti tingkat return on assets kurang baik. Tingkat ukuran perusahaan Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami penurunan tiap tahun pada tahun 2018- 2021 yang berarti tingkat ukuran perusahaan kurang baik. tingkat *leverage* Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami kenaikan tiap tahun pada tahun 2018-2021 yang berarti tingkat *leverage* kurang baik. Tingkat *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami penurunantiap tahun pada tahun 2018- 2021 yang berarti tingkat *Corporate Social Responsibility* kurang baik. Tingkat Harga saham Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mengalami penurunan tiap tahun pada tahun 2018- 2021 yang berarti tingkat Harga saham kurang baik.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang positif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Profitabilitas perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkat dengan signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Profitabilitas perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* akan semakin menurun dengan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi perusahaan menganggap bahwa hal-hal yang dapat memberikan informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan perlu juga di laporkan, dan ketika profitabilitas rendah perusahaan mengharapkan agar pengguna laporan untuk membaca kinerja dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan yang mana salah satu dari aktivitas tersebut adalah aktivitas CSR. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sedana (2019) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Begitu pula dengan Mandagic

et al. (2018), yang mengungkapkan bahwa rasio keuangan profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang positif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Ukuran perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkat dengan signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Ukuran perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* akan semakin menurun dengan signifikan.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang negatif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Leverage perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* akan semakin menurun tapi tidak signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Leverage perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkat tapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan leverage yang tinggi cenderung untuk mengurangi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya, hal ini dikarenakan perusahaan dengan leverage yang tinggi cenderung melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan mendapatkan pengawasan lebih. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan akan melaporkan laba pada saat ini lebih tinggi yang mana dilakukan untuk mengurangi terjadinya gagal bayar dikemudian hari dan hal tersebut akan berpengaruh pada pengurangan dana kegiatan-kegiatan perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sedana (2019) yang mengungkapkan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR yang perlu dilakukan oleh perusahaan tersebut, hal itu dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan, risiko politis dan sebagai wujud akuntabilitas publik perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat dan perusahaan yang lebih dikenal masyarakat akan mendapat pengawasan yang lebih ketat serta memiliki *public demand* akan informasi perusahaan lebih tinggi, maka dari itu perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sedana (2019) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Begitu pula dengan Mandagie et al. (2018), yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang negatif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Profitabilitas perusahaan, maka Harga saham akan semakin menurun tapi tidak signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Profitabilitas perusahaan, maka Harga saham akan semakin meningkat tapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada perusahaan Perusahaan Industri Barang Konsumsi pengembalian akan aset perusahaan tersebut tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perubahan ataupun pergerakan

pada harga saham pada perusahaan tersebut. Seperti yang sudah diketahui bersama profitabilitas merupakan rasio keuangan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kemampuannya dalam proses memperoleh laba. Semakin banyak investor yang berinvestasi maka secara langsung akan mempengaruhi harga saham perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendrayani et al. (2017), yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Begitu pula dengan Arifin dan Agustami (2016), yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap harga saham.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang positif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Ukuran perusahaan perusahaan, maka Harga saham akan semakin meningkat dengan signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Ukuran perusahaan perusahaan, maka Harga saham akan semakin menurun dengan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Semakin besar suatu perusahaan menunjukkan perusahaan memiliki tahap pertumbuhan penjualan yang sudah matang dan memiliki kapasitas aset yang cukup besar. Hal ini menimbulkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga investor lebih tertarik menanamkan dana dengan melihat besar kecilnya perusahaan.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Leverage berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang negatif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Leverage perusahaan, maka Harga saham akan semakin menurun dengan signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Leverage perusahaan, maka Harga saham akan semakin meningkat dengan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan leverage yang tinggi pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi tentunya tidak dapat mempengaruhi harga saham. leverage menunjukkan setiap modal sendiri yang digunakan sebagai jaminan hutang. Oleh karena itu jika perusahaan membutuhkan pendanaan, perusahaan dapat memilih sumber pendanaan dari hutang karena lebih aman dari ekuitas. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendrayani et al. (2017), yang mengungkapkan bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lombogia et al. (2020), yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Begitu pula dengan Arifin dan Agustami (2016) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang positif. Hasil pengujian tidak membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, maka Harga saham akan semakin meningkat tapi tidak signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, maka Harga saham akan semakin menurun tapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyak perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya maka dalam jangka pendek akan membawa dampak positif yang tercermin pada harga saham perusahaan yang meningkat meskipun

peningkatannya tidak signifikan. Hal ini didukung oleh teori signal yang membuat investor melihat citra positif perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dan tertarik dalam melakukan investasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hendrayani et al. (2017), yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Begitu pula dengan Novitasari et al. (2020), yang mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap harga saham. Hal ini cukup menarik karena fakta seperti itu menunjukkan terdapat kondisi dimana harga saham dapat dipengaruhi oleh banyak hal. Bukan hanya dari pengungkapan CSR, kebijakan dividen dan tingkat inflasi

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang positif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan Profitabilitas perusahaan, maka Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkat meskipun tidak signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan Profitabilitas perusahaan, maka Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* akan semakin menurun meskipun tidak signifikan.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang positif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan ukuran perusahaan, maka Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkat meskipun tidak signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan ukuran perusahaan, maka Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* akan semakin menurun meskipun tidak signifikan.

Pada pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa Rasio keuangan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021 dengan hubungan pengaruh yang negatif. Hasil pengujian membuktikan bahwa jika terjadi peningkatan leverage perusahaan, maka Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* akan semakin menurun tapi tidak signifikan begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan leverage perusahaan, maka Harga saham yang dimediasi oleh *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkat tapi tidak signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan sebelumnya, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang Peran *Corporate Social Responsibility* Dalam Memediasi Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2018-2021 sebagai berikut:

- a. Tingkat ROA Perusahaan Industri Barang Konsumsi mempunyai tingkat return on assets kurang baik, kemudian tingkat ukuran perusahaan juga kurang baik. Sama

- halnya dengan tingkat *leverage* kurang baik dan tingkat *Corporate Social Responsibility* juga kurang baik serta tingkat Harga saham juga kurang baik.
- b. Rasio keuangan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - c. Rasio keuangan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - d. Rasio keuangan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - e. Rasio keuangan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - f. Rasio keuangan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - g. Rasio keuangan leverage berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - h. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - i. Rasio keuangan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - j. Rasio keuangan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021
 - k. Rasio keuangan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga saham yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* di Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021

DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Z. (2016). Teori Keuangan Dan Pasar Modal. Penerbit. Yogyakarta: EKONISIA.
- Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya. (2015). FINON (Finance for Non Finance) Manajemen Keuangan Untuk Non Keuangan, Ed.1 Cet.1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti; Susanti, Elly dan Silitonga, Hery Pandapotan. 2020. Analisis Dampak Rasio keuangan Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Tercatat Pada JII. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 2, Juni 2020
- Fahmi, Irham. (2015). Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam & Hengky Latan. (2015). Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Hartono, Jogyanto. (2016). Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi. Kesepuluh. Yogyakarta: BPFE.
- Hendrayani, Anak Agung Dewi; Wiagustini, Ni Luh Putu dan Sedana, Ida Bagus Panji. 2017. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Leverage

- Terhadap Harga Saham: Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 6.11 (2017)
- Jogiyanto. (2017). Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi ke 10). Yogyakarta: BPF
- Kasmir. (2019). Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lombogia, Adolf Jelly Glen; Vista, Chirike dan Siti Dini. 2020. Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Net Profit Margin, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2017. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 1, Januari 2020
- Mandagic, Yuana; Amyulianthy, Rafrini; Lysandra, Shanti dan Pratiwi, Ari. (2018). Analisis Rasio Keuangan dan Laporan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Go Public di Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan JRAP Vol. 5, No. 2, Desember 2018
- Prasetyo, Sandi Dwi dan Nani, Dhiona Ayu. 2021. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Perkebunan Sub Sektor Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 -2019). Accounting Global Journal. Vol. 5, No. 2 Oktober 2021
- Said, Achmad Lamo. (2018). *Corporate Social Responsibility* Dalam Perspektif Governance. Yogyakarta : Deepublish
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Umam, Khaerul dan Sutanto, Herry. (2017). Manajemen Investasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Wati, Lela Nurlaela. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Ponorogo : Myria Publisher.
- Wehantouw, Andre B. dan Tinangon, Jantje J. (2015). Analisis Laporan Arus Kas Operasi, Investasi Dan Pendanaan Pada PT. Gudang Garam TBK. Jurnal EMBA. Vol.3 No.1 Maret 2015
- Widagdo, Bambang; Jihadi, Bachitar, M. Yanuar; Safitri, Oky Ervina dan Singh, Sanju Kumar. 2020. Financial Ratio, Macro Economy, and Investment Risk on Sharia Stock Return. Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 12 (2020).