

THE INFLUENCE OF CSR AND INVESTMENT RISK ON COMPANY REPUTATION USING PROFITABILITY AS AN INTERVENING VARIABLE IN FOOD AND BEVERAGE SUBSECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2018-2022

PENGARUH CSR DAN RISIKO INVESTASI TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN MENGGUNAKAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2022

Budi Satiyo Wibowo¹, Basyiruddin Nur²

^{1,2}Gelar Magister Akuntansi Pada Program Pasca Sarjana Institut Bisnis Dan Komunikasi Swadaya

Email: budisatiyo.wibowo@yahoo.com¹, nurbasyiruddin@gmail.com²

ABSTRACT

This research is aimed to analyze the impact of corporate social responsibility and investment risk to the company reputation while the profitability variable is used as an intervening variable in food and beverage industry subsector companies in companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018 - 2022 period. The research method is using the quantitative method which is the technique in collecting data is using secondary data. The source of secondary data is coming from annual financial reports which published by these companies at Bursa Efek Indonesia. The results of this research are that Corporate Social Responsibility activities carried out by the company do not have a significant influence on profitability. Corporate Social Responsibility activities carried out by the company have a significant influence on the company's reputation. The effect of profitability on company reputation is significant. The influence of investment risk on profitability is not significant or does not have a strong relationship. The influence of investment risk on the company's reputation is not significant. The influence of corporate social responsibility on company reputation through profitability is not significant. That investment risk does not have a strong influence on the company's reputation if the company has a high level of profitability.

Keywords: *Company Reputation, Profitability, Corporate Social Responsibility, And Investment Risk.*

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan risiko investasi terhadap reputasi perusahaan dimana variabel profitabilitas digunakan sebagai variabel intervening pada perusahaan subsektor industri makanan dan minuman pada perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan data-data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan tersebut pada Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap reputasi perusahaan bersifat signifikan. Pengaruh risiko investasi terhadap profitabilitas adalah tidak signifikan atau tidak memiliki keterkaitan yang kuat. Pengaruh risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan adalah tidak signifikan. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas ada tidak signifikan. Bahwa risiko investasi tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap reputasi perusahaan apabila perusahaan telah memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi.

Kata Kunci: Reputasi Perusahaan, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, Dan Risiko Investasi.

PENDAHULUAN

Informasi laporan keuangan & non-keuangan punya peranan berharga saat melakukan kajian atas reputasi perusahaan. Pemangku kepentingan (stake holders atau investor) biasanya mengandalkan informasi laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sering kali pengambilan keputusan tersebut tanpa memperhatikan unsur-unsur lain atau informasi lain yang bersifat non-keuangan. Bagi pemangku kepentingan, tingkat kepuasan dan loyalitas dalam memajukan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan reputasinya.

Menurut Agustina, et al (2023), reputasi perusahaan yang baik, akan memberikan keyakinan kepada pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan atas penanaman modal pada perusahaan tersebut. Sebaliknya reputasi perusahaan yang buruk akan menyebabkan pemangku kepentingan mencari informasi apa yang sebenarnya sedang terjadi pada perusahaan tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu, para investor akan mengambil keputusan untuk membeli / menjual saham perusahaan yang dipengaruhi oleh reputasi yang dibangun oleh perusahaan tersebut. Dalam hal ini, perusahaan dapat mengkomunikasikannya melalui sinyal-sinyal ke publik dalam membangun reputasinya.

Menurut Saputri, et al (2023), perubahan harga saham didorong oleh terjadinya perubahan rasio profitabilitas perusahaan dimana hal ini memperlihatkan bagaimana perusahaan mampu menghasilkan laba didalam menjalankan operasionalnya. Semakin besar laba yang dihasilkan, maka manajemen perusahaan telah menunjukkan kinerja perusahaan secara efektif. Dengan memperhatikan *ROA* (*return on asset*), prediksi harga saham atau return saham suatu perusahaan

dapat diukur bagaimana efektifitas perusahaan saat menghasilkan profit. Secara rasional perusahaan yang mengantongi profitabilitas tinggi bakal dipilih investor untuk menempatkan dananya sehingga harga saham perusahaan tersebut akan meningkat.

Pendapat yang serupa disampaikan oleh Dahrani (2020), *Return on Assets (ROA)* ialah rasio profitabilitas, yakni rasio yang dipakai mengukur kemampuan perusahaan saat menciptakan profit. *ROA* dipakai guna mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan profit dengan memanfaatkan aset. Dalam hal penggunaan aset, *ROA* ialah rasio yang dipakai untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan saat menghasilkan laba umum. Kian besar *ROA* perusahaan, kian besar pula tingkat profit & situasi perusahaan itu.

Selain faktor harga saham penutupan dan *ROA*, terdapat faktor lain yang memengaruhi reputasi perusahaan, yaitu pelaksanaan *CSR*. Menurut Junardi (2019) bahwa *CSR* ialah bentuk tanggung jawab perusahaan yang tak cuma terbatas kepada hal-hal yang berhubungan dengan keuangan, akan tetapi tanggung jawab perusahaan juga meliputi suatu upaya pencegahan terhadap kerusakan lingkungan, meningkatkan kualitas masyarakat, tenaga kerja, pemasok dan pelanggan. Oleh karena itu diperlukan suatu pemikiran tentang bagaimana menanggulangi masalah sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan secara berkelanjutan (*going concern*). *CSR* memerlukan suatu perencanaan yang baik karena *CSR* ialah bentuk investasi perusahaan untuk menaikkan reputasi perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan bertumpu di *triple bottom lines* yakni keuangan, sosial & lingkungan. Semakin banyak kegiatan *CSR* yang dilaksanakan perusahaan akan memengaruhi harga saham perusahaan dipasar modal.

Hal senada disampaikan oleh Khodijah (2023) bahwa *CSR* dipahami

sebagai kewajiban perusahaan untuk memenuhi kewajibannya berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku dan keputusan untuk mengambil kebijakan & tindakan yang mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan & lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Penerapan *CSR* dipandang sebagai cerminan apakah kegiatan pengelolaan suatu perusahaan berjalan baik atau buruk. Hal ini harus mencerminkan bagaimana perusahaan bisa menciptakan sinergi baik dengan rakyat sekitar. Melalui peraturan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tertuang di Pasal 74 ayat 1 yang menuturkan bahwasanya “perseroan yang menjalankan usahanya dibidang sumber daya alam dan bidang yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melangsungkan tanggung jawab sosial & lingkungan”. Peraturan ini menunjukkan bahwa pemerintah telah menekankan perusahaan untuk melakukan kegiatan *CSR* di lingkungan perusahaan.

Rezeki (2020) juga menambahkan program *CSR* dapat dikatakan berhasil apabila suatu perusahaan saat melaksanakan program *CSR* ialah tak cuma penerimaan masyarakat atas *CSR* yang dilangsungkan perusahaan yang bersangkutan akan tetapi perlunya perusahaan berpartisipasi & memberikan penuh kepada kehidupan rakyat sebagai suatu kesatuan sosial, ekonomi, politik & teknologi. Oleh karena itu, tolak ukur tingkat keberhasilan program *CSR* bisa diukur dengan 3 indikator yakni partisipasi peserta, pendapatan peserta, keragaman nafkah peserta.

Dari pemaparan – pemaparan diatas, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai reputasi perusahaan bila dikaitkan dengan harga saham penutupan, profitabilitas perusahaan dan *CSR* di subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dengan judul:

“Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan risiko investasi terhadap reputasi perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2022”.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.

Grand Theory.

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menyatakan bahwasanya suatu sinyal atau isyarat memberikan suatu sinyal. Pengirim sinyal (pemilik data) berupaya memberikan potongan informasi data terkait yang dapat digunakan oleh penerima sinyal (data) tersebut. Pada saat itu, penerima sinyal akan merubah perilakunya sesuai dengan bagaimana cara dia menafsirkan sinyal tersebut. Nabilah, et al (2023) teori sinyal merupakan upaya perusahaan dalam memberi sinyal-sinyal kepada para investornya berupa petunjuk-petunjuk tentang kinerja perusahaan. Noviyanti (2020), menambahkan informasi yang dibutuhkan investor adalah informasi yang melengkapi kebutuhan terkaot perusahaan dimasa lalu dan dimasa yang akan datang.

Reputasi Perusahaan.

Eriqat OA Ibrahim (2023) mengemukakan reputasi perusahaan ialah persepsi secara keseluruhan tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kepentingan mereka. Ariyo G Oluwajuwon (2023), reputasi perusahaan adalah istilah multi-arah dengan beberapa elemen yang pada praktiknya sulit untuk diukur karena merupakan keyakinan atau perasaan individu atau konsumen tentang penilaian terhadap suatu organisasi.

Corporate Social Responsibility (CSR).

Fauzi Achmad (2023) menyatakan suatu upaya konseptual yang dilaksanakan perusahaan untuk memberikan pengaruh social dan dampak terhadap lingkungan

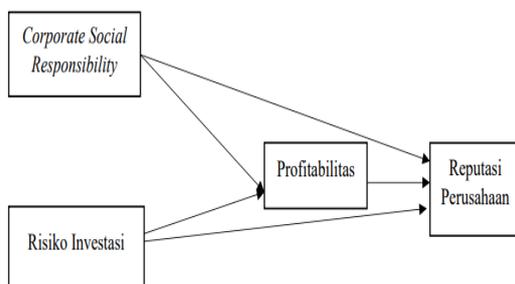
atas kegiatan bisnis perusahaan. Sijoen Elita (2023), CSR lebih banyak mengadopsi inisiatif dan praktik keberlanjutan dalam rangka menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim, penipisan sumber daya alam dan ketidaksetaraan sosial.

Risiko Investasi.

Menurut Suryani (2019), mengemukakan bahwa dalam mengambil keputusan investasi, investor kerap mencoba meminimalkan berbagai risiko, baik risiko jangka pendek / panjang. Perubahan bermacam kondisi mikro & makroekonomi berkontribusi pada terbentuknya keadaan berbeda yang memaksa investor untuk memutuskan apa yang mesti dilaksanakan & strategi apa yang harus diaplikasikan supaya dapat terus mencapai imbal hasil yang diharapkan. Dengan begitu risiko investasi bisa kita artikan sebagai kemungkinan adanya perbedaan aktual pengembalian (actual return) & pengembalian yang diharapkan (expected return). Pendapat serupa juga dijelaskan oleh Nazariah (2020), bahwa risiko adalah suatu ketidakpastian atau uncertainty.

Kerangka Berpikir.

Kerangka berpikir yang dibentuk dalam penelitian ini adalah seperti yang ditampilkan dalam bagan dibawah ini.



Hipotesis

Berdasarkan kajian teori serta kerangka berpikir, maka penelitian ini mengembangkan hipotesis-hipotesis seperti dibawah ini:.

- 1). H1 = CSR berpengaruh terhadap profitabilitas.
- 2). H2 = CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.
- 3). H3 = Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.
- 4). H4 = Risiko investasi berpengaruh terhadap profitabilitas.
- 5). H5 = Risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.
- 6). H6 = CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas.
- 7). H7 = Risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dipenelitian ini ialah penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif ialah studi yang dilakukan variabel-variabel dalam bentuk angka-angka yang dianalisa dengan memanfaatkan metode statistik demi menjawab hipotesis-hipotesis dalam penelitian yang sifatnya spesifik & demi melaksanakan prediksi suatu variabel lain. Sedangkan pendekatan asosiatif gunanya menerangkan hubungan kausal & pengaruh antara variabel melalui pengujian hipotesis, Sugiyono (2015). Dengan pendekatan penelitian ini, peneliti bisa mengetahui pengaruh CSR & risiko investasi terhadap reputasi perusahaan lewat profitabilitas diperusahaan sub-sektor industri makanan & minuman yang terdaftar di BEI.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi ialah subjek / objek yang menurut ilmuwan memiliki karakteristik & kualitas untuk diteliti lalu ditarik kesimpulan. Populasi ialah wilayah generalisasi meliputi objek / subjek yang mana memiliki kualitas & karakteristik tertentu ditetapkan untuk dipelajari. lalu ditarik kesimpulan populasi bukan cuma orang, tapi juga objek & benda benda alam yang lain. Populasi juga bukan

sekedar jumlah yang ada diobjek / subjek yang dipelajari, tapi meliputi semua karakteristik yang dikantongi subjek / objek itu. Populasi yang dipakai dipenelitian ini ialah perusahaan subsektor industri makanan & minuman yang daftar di BEI 2018-2022.

Sampel Penelitian

Sampel penelitian ialah bagian dari jumlah & karakteristik yang dipunyai populasi itu. Penentuan sample dengan memanfaatkan metode purposive sampling yakni penentuan sample berlandaskan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditentukan. Pertama, saham perusahaan sub-sektor industri makanan dan minuman yang tercantum di BEI dan aktif di perdagangkan 2018-2022, yang kedua Perusahaan yang menerbitkan & mengaudit laporan keuangan selama periode berturut-turut 2018-2022, yang ketiga perusahaan

subsektor industri makanan dan minuman yang memiliki data CSR berturut-turut tahun 2018-2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

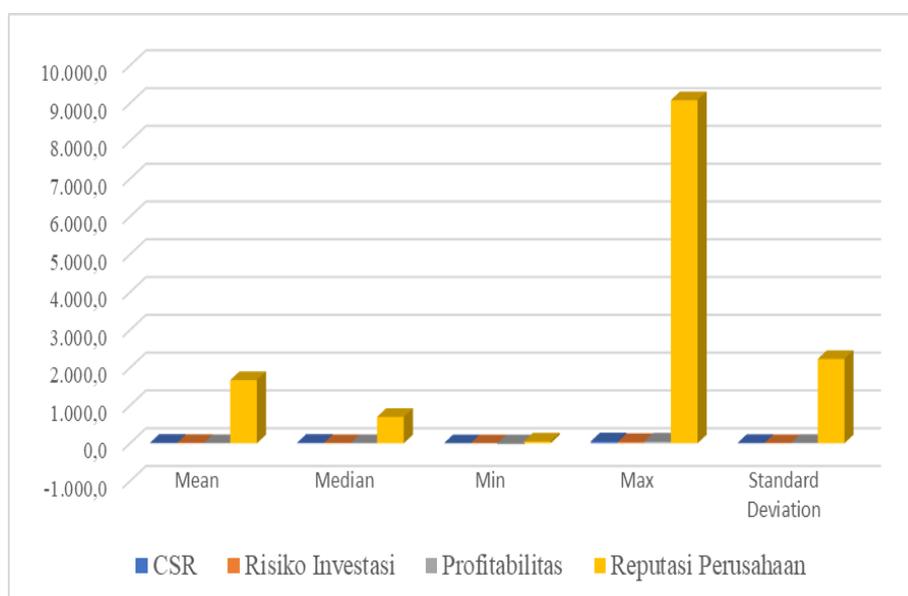
Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif.

Pada umumnya, analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberi gambaran tentang karakteristik dari masing-masing variable dipenelitian ini. Sebanyak 4 variable yang dipakai dipenelitian ini antara lain variable reputasi perusahaan sebagai variable dependen. Untuk variabel independen yakni CSR & risiko investasi. Sedangkan variabel profitabilitas sebagai intervening. Analisis statistik deskriptif yang dipakai dipenelitian ini meliputi nilai mean, median, minimum, maximum, standar deviasi. Hasil statistik deskriptif berlandaskan studi diterangkan, sbb:

Tabel 1. *Descriptive Statistics* Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Variabel	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
CSR	16,0	13,0	1,0	52,0	11,3
Risiko Investasi	9,1	7,0	1,0	34,0	6,7
Profitabilitas	5,6	4,0	-22,0	47,0	9,1
Reputasi Perusahaan	1.672,0	700,0	50,0	9.080,0	2.232,7



Gambar 1. Grafik *Descriptive Statistics* Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Berdasarkan tabel dan gambar 1 di atas diuraikan sbb:

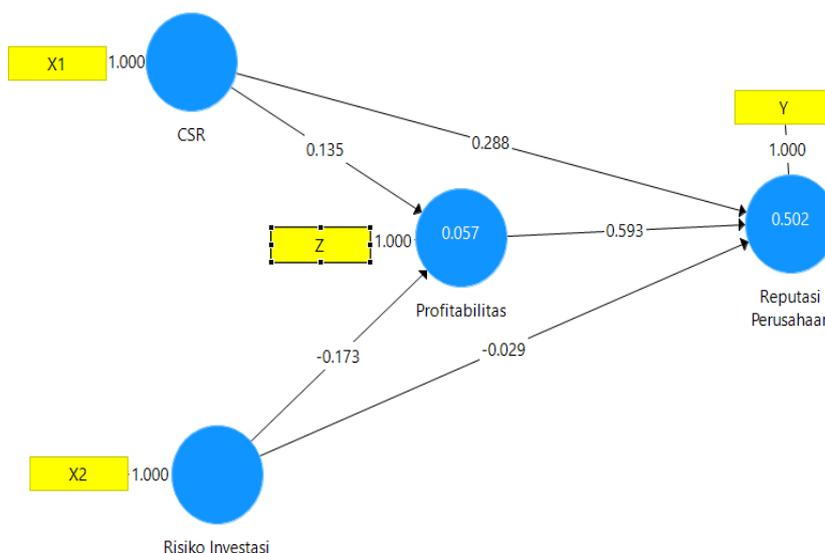
- 1) Variable *CSR* yang diukur dengan indeks *CSRDI* (*CSR disclosure indeks*) dari 85 sampel selama 5 tahun menunjukkan nilai minimum ialah 1%, nilai maksimum 52%. Nilai rata-rata (mean) 16,0 %. Nilai standar deviasi 11,3% (di bawah rata-rata) menunjukkan *CSR* punya tingkat variasi data homogen (rendah).
- 2) Variabel Risiko Investasi dari 85 sampel selama 5 tahun menunjukkan nilai minimum adalah 1%, nilai maksimum 34%. Nilai rata-rata (mean) adalah 9,1%. Nilai standar deviasi 6.7% (di bawah rata-rata) menunjukkan Risiko Investasi punya tingkat variasi data homogen (rendah).
- 3) Variabel Profitabilitas dari 85 sample selama 5 tahun menunjukkan nilai minimum adalah -22%, nilai

maksimum 47%. Nilai rata-rata (mean) adalah 5.6%. Nilai standar deviasi 9.1% (di atas rata-rata) menunjukkan Risiko Investasi punya tingkat variasi data heterogen (baik).

- 4) Pada variabel reputasi perusahaan dari 85 sample selama 5 tahun menunjukkan nilai minimum atau terkecil adalah Rp. 50 per lembar saham, nilai maksimum Rp. 9,080 per lembar saham Nilai rata-rata (mean) adalah Rp. 1.672 per lembar saham. Nilai standar deviasi Rp. 2.232.7 (di atas rata-rata) menunjukkan risiko investasi punya tingkat variasi data heterogen (baik).

Evaluasi Model Pengukuran Outer Loading > 0,70

Berdasarkan gambar 2 di bawah ini dapat diamati bahwasanya nilai loading factor dimasing-masing variable > 0,7 artinya semua data yang digunakan dipenelitian ini sudah valid.



Gambar 2. Outer Loading Factor

Dalam bentuk tabel data dapat dilihat seperti dibawah ini.

Tabel 2. Nilai Outer Loading Factor

Variabel	CSR	Profitabilitas	Reputasi Perusahaan	Risiko Investasi
X1	1.000			
X2				1.000
Y			1.000	
Z		1.000		

Uji Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR) >0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) > 0,50.

Dari tabel 3 terlampir,

menunjukkan bahwasanya nilai uji Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR) >0,70 & Average Variance Extracted (AVE) adalah lebih besar dari 0,50.

Tabel 3. Hasil Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR), Average Extracted (AVE) Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CSR	1.000	1.000	1.000	1.000
Profitabilitas	1.000	1.000	1.000	1.000
Reputasi Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000
Risiko Investasi	1.000	1.000	1.000	1.000

Tabel di atas mencerminkan bahwa ke variabel-variabel tersebut diukur oleh ke empat (4) item tersebut. Nilai 1 (satu) pada Cronbach's Alpha & Composite Reliability (CR) memiliki tingkat reliabilitas variabel yang bisa diterima karena nilai-nilai tersebut di atas 0,70. Nilai AVE 1 (satu) mencerminkan tingkat validitas konvergen yang baik dan telah memenuhi syarat karena nilai ini di atas 0,50.

Uji Validitas Diskriminan Metode Cross Loading, Fornell Lacker dan HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio).

Metode Fornell Lacker

Evaluasi validitas mesti dilangsungkan dengan kriteria *fornell dan larcker* (akar AVE > variabel korelasinya). Validitas diskriminan ialah bentuk evaluasi demi memastikan bahwasanya variabel secara teori berbeda & terbukti secara empiris melalui pengujian statistik.

Tabel 4. Uji Validitas Diskriminan Metode Fornell dan Larcker Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Variabel	CSR	Profitabilitas	Reputasi Perusahaan	Risiko Investasi
CSR	1.000			
Profitabilitas	0.166	1.000		
Reputasi Perusahaan	0.391	0.647	1.000	
Risiko Investasi	-0.181	-0.198	-0.198	1.000

Berlandaskan Tabel 4 diatas menunjukkan bahwasanya akar AVE harus > korelasi antar variabelnya (akar > variabel korelasinya). Nilai AVE pada variabel CSR memiliki nilai 1 (satu) lebih besar dari variabel korelasinya yakni variabel profitabilitas 0,166, variabel reputasi perusahaan 0,391, dan risiko investasi -1,181. Begitu juga variabel profitabilitas yang memiliki nilai AVE 1 (satu) lebih besar dari variabel korelasinya yakni variabel

reputasi perusahaan 0,647 dan variabel risiko investasi, begitu juga pada variabel seterusnya.

Dari uraian diatas maka disimpulkan bahwa seluruh variabel diatas memiliki validitas diskriminan yang baik dengan metode *Fornell dan Larcker*.

Metode Cross Loading.

Metode *cross loading* adalah metode yang mengukur variabel mengukur rendah terhadap variabel korelasinya.

Tabel 5. Uji Validitas Diskriminan Metode Fornell dan Larcker Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Variabel	CSR	Profitabilitas	Reputasi Perusahaan	Risiko Investasi
X1	1.000	0.166	0.391	-0.181
X2	-0.181	-0.198	-0.198	1.000
Y	0.391	0.647	1.000	-0.198
Z	0.166	1.000	0.647	-0.198

Dari tabel 5 diatas bisa diamati bahwasanya variabel CSR (X1) mengukur rendah terhadap variabel reputasi perusahaan sebesar 0,166, reputasi sebesar perusahaan 0,391, dan risiko investasi sebesar -0,181. Begitu juga variabel risiko investasi (X2) mengukur rendah terhadap variabel CSR

sebesar -1,181, profitabilitas sebesar -0,198 dan reputasi perusahaan sebesar -0,198. Dan juga seterusnya. Secara keseluruhan validitas diskriminan terpenuhi dengan metode cross loading tepenuhi.

Metode HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*).

Tabel 6. Diskriminan Validitas Metode HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Variabel	CSR	Profitabilitas	Reputasi Perusahaan	Risiko Investasi
CSR				
Profitabilitas	0.166			
Reputasi Perusahaan	0.391	0.647		
Risiko Investasi	0.181	0.198	0.198	

Hair et al (2021) merekomendasikan HTMT dikarenakan ukuran validitas diskriminan ini dinilai lebih sensitif dalam mendeteksi validitas diskriminan. Nilai yang direkomendasikan ialah $<0,90$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa HTMT $<0,90$ untuk pasangan variabel maka validitas variabel diskriminan tergapai. Variable membagi variasi item pengukuran pada item yang mengukurnya lebih kuat dibanding membagi varians diitem variabel lain.

Evaluasi Model Struktural.

Evaluasi model struktural berhubungan dengan pengujian hipotesis pengaruh antar variable penelitian. Pemeriksaan model struktural dilaksanakan dengan 3 tahap yakni:

- 1) Tahap Pertama. Memeriksa tak adanya multikolinear antar variable dengan ukuran *inner VIF* (*Variance Inflated Factor*). Nilai *inner VIF* <5 menunjukkan tak ada multikolinear antara variabel Hair et al (2021).
- 2) Tahap Kedua. Pengujian hipotesis dengan mengamati pengujian t-statistik/p-value. Bila t-statistik hasil perhitungan > 1.96 (t-tabel) / p-value hasil pengujian $< 0,05$ maka ada pengaruh signifikan antara variabel. Selain itu mesti disampaikan hasil serta selang kepercayaan 95% taksiran parameter koefisien jalur.
- 3) Tahap Ketiga. Nilai-F Square yakni pengaruh variabel langsung dilevel struktural dengan kriteria (f-square 0,02 rendah, 0,15 moderat, 0,35 tinggi), Hair et al (2021).

Uji Multikolinieritas (Inner VIF <5).

Pengujian multikolinieritas ini adalah untuk memeriksa multikolinier

antar variable dengan ukuran inner *VIF* (*Varian Interflated Factor*). Nilai *VIF* <5 menunjukkan tak ada multikolinier antar variabel, Hair at al 2019. Masalah ini disebut dengan kolinieritas (*collinearity*).

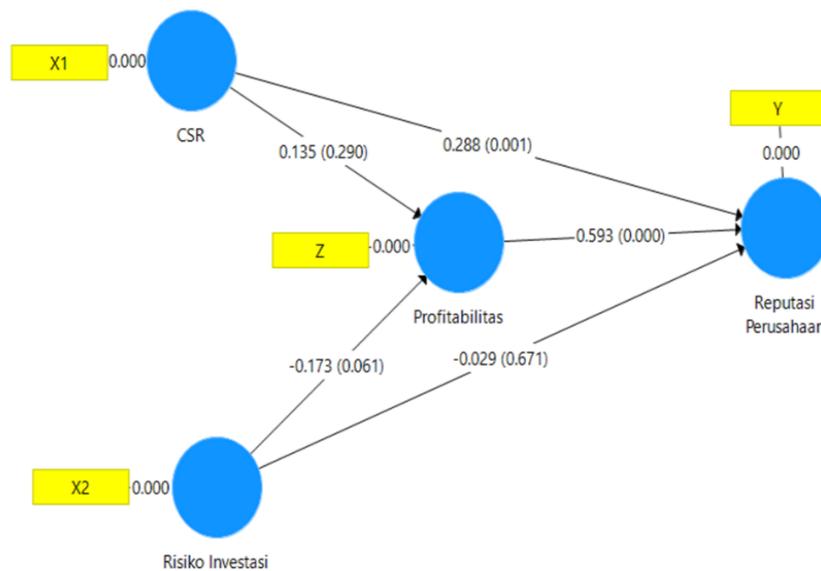
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022

Variabel	CSR	Profitabilitas	Reputasi Perusahaan	Risiko Investasi
CSR		1.034	1.053	
Profitabilitas			1.060	
Reputasi Perusahaan				
Risiko Investasi		1.034	1.066	

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistics (VIF)* ditabel terlampir, menunjukkan Nilai Inner VIF seluruh variabel punya nilai dibawah 5. Maka tingkat multikolinier antar variabel rendah. Hasil ini menguatkan hasil estimasi parameter dalam SEM PLS sifatnya *robust* (tidak bias).

Pengujian Dengan Melihat Pengujian T-statistik Atau P-value. Nilai P-value < 0,05 Signifikan.

Di bawah ini adalah gambar uji t-statistik nilai P-value adalah angka yang berada di dalam kurung.



Gambar 3. Uji T-statistik

Pengujian Nilai F-Square.

Pengujian F-square ditujukan guna mengamati efek-efek pengaruh variabel yang berpengaruh langsung. Seperti yang dijelaskan dalam paragraph di atas bahwa Nilai F Square yakni pengaruh variable langsung dilevel struktural

dengan kriteria (f-square 0,02 rendah, 0,15 moderat, dan 0,35 tinggi). Hair at al 2021.

Tabel 8. dibawah ini menunjukkan hasil tentang perhitungan F-Square Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2018-2022.

Tabel 8. Nilai F-Square

	CSR	Profitabilitas	Reputasi Perusahaan	Risiko Investasi
CSR		0,019	0,158	
Profitabilitas			0,666	
Reputasi Perusahaan				
Risiko Investasi		0,031	0,002	

Secara keseluruhan dari pengujian multikolinier, pengujian T-statistik, dan

F-Square, kesimpulannya bahwa hasil uji hipotesis dijelaskan ditabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Untuk Direct Effect

Hipotesis	Path Coefficient	P-value	95% Interval Kepercayaan Path Coefficient		F-square
			Batas Atas	Batas Bawah	
H1 = CSR -> Profitabilitas	0.135	0.290	-0.121	0.368	0,019
H2 = CSR -> Reputasi Perusahaan	0.288	0.001	0.124	0.463	0,158
H3 = Profitabilitas -> Reputasi Perusahaan	0.593	0.000	0.335	0.755	0,666
H4 = Risiko Investasi -> Profitabilitas	-0.173	0.060	-0.336	0.025	0,031
H5 = Risiko Investasi -> Reputasi Perusahaan	-0.029	0.669	-0.162	0.106	0,002

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Untuk Indirect Effect

Hipotesis	Path Coefisien	P-value	95% Interval Kepercayaan Path Coefficient	
			Batas Bawah	Batas Atas
H6 = CSR -> Profitabilitas -> Reputasi Perusahaan	0.080	0.289	-0.066	0.232
H7 = Risiko Investasi -> Profitabilitas -> Reputasi Perusahaan	-0.103	0.061	-0.202	0.012

Berdasarkan tabel uji direct dan indirect effect diatas, maka hipotesis-hipotesis yang diajukan dapat dijawab sbb.

1. H1 = CSR berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pengaruh CSR terhadap profitabilitas ialah Ditolak dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) sebesar 0,135 dan P-value 0,290. Dalam selang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 1 ini berada dalam rentang -0,121 dan 0,368. Apabila kegiatan CSR dilakukan maka memberikan dampak positif bagi perusahaan tetapi hanya memberikan efek yang rendah terhadap profitabilitas yakni sebesar 0,019. Hal ini juga dapat diartikan sebesar apapun kegiatan CSR dilakukan, maka tidak akan

memberikan pengaruh yang berarti pada profitabilitas perusahaan.

2. H2 = CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap reputasi perusahaan adalah Diterima dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) sebesar 0,228 dan P-value 0,001. Dalam selang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 2 ini berada dalam rentang sebesar 0,124 dan 0,463. Meskipun pengaruhnya signifikan akan tetapi efeknya bersifat moderat yakni sebesar 0,158. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan efek positif terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu semakin banyak kegiatan CSR dilakukan maka akan meningkatkan reputasi atau nama baik perusahaan dalam pandangan masyarakat.

3. H3 = Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan adalah Diterima dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) 0,593 dan P-value 0,000. Diselang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 3 ini berada dalam rentang 0,335 dan 0,775. Dan pengaruhnya bersifat tinggi yakni sebesar 0,666. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan bagian terpenting bagi reputasi perusahaan di mana memberikan pengaruh positif bagi perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka akan menunjukkan kinerja perusahaan lebih baik yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi perusahaan.

4. H4 = Risiko Investasi berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Risiko investasi berpengaruh terhadap profitabilitas adalah Ditolak dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) -0,173 dan P-value 0,060. Dalam selang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 4 ini berada dalam rentang sebesar -0,336 dan 0,025. Pengaruh risiko investasi terhadap profitabilitas tidak signifikan dan pengaruhnya bersifat rendah yakni sebesar 0,031. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebesar apapun risiko investasi tidak akan memengaruhi profitabilitas perusahaan.

5. H5 = Risiko Investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan adalah Ditolak dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) -0,029 dan P-value 0,669. Dalam selang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 5 ini berada dalam rentang sebesar -0,162 dan 0,106. Pengaruh risiko investasi terhadap reputasi perusahaan tidak memengaruhi secara signifikan dan juga tidak memiliki efek yang kuat melainkan efek yang bersifat rendah

yakni sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar apapun risiko investasi tidak memengaruhi reputasi perusahaan.

6. H6 = Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas.

CSR terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas ialah Ditolak dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) sebesar 0,080 dan P-value 0,289. Dalam selang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 6 ini berada dalam rentang -0,066 dan 0,232. Artinya bahwa kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan. Akan tetapi dengan melalui profitabilitas kegiatan CSR tetap memiliki nilai positif bagi perusahaan. Sehingga dapat di simpulkan bahwa apabila perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, maka kegiatan CSR tidak secara langsung memengaruhi reputasi perusahaan.

7. H7 = Risiko Investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui Profitabilitas .

Risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan lewat profitabilitas adalah Ditolak dengan *path coefficient* (besarnya pengaruh) -0,103 dan P-value 0,061. Dalam selang tingkat kepercayaan 95%, hipotesis 7 ini berada dalam rentang sebesar -0,202 dan 0,012. Seperti halnya dengan hipotesis 6 di atas bahwa risiko investasi tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap reputasi perusahaan apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi.

KESIMPULAN

Beralaskan hasil studi & pembahasan sebelumnya, maka bisa disimpulkan sbb:

1. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tidak memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap profitabilitas meskipun memiliki dampak yang positif bagi perusahaan dalam pandangan masyarakat.

2. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi perusahaan.
3. Pengaruh profitabilitas terhadap reputasi perusahaan bersifat signifikan. Hal ini memperlihatkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan meningkatkan reputasi perusahaan tersebut.
4. Pengaruh risiko investasi terhadap profitabilitas adalah tidak signifikan atau tidak memiliki keterkaitan yang kuat. Artinya risiko investasi tidak memengaruhi reputasi perusahaan.
5. Pengaruh risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan adalah tidak signifikan. Artinya risiko investasi tidak memiliki hubungan yang kuat terhadap reputasi perusahaannya.
6. Pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas ada tidak signifikan. Artinya jika perusahaan sudah memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka setiap kegiatan CSR tidak secara langsung memengaruhi reputasi perusahaan.
7. Bahwa risiko investasi tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap reputasi perusahaan apabila perusahaan telah memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Leni et al (2023). Corporate Social Responsibility Dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.

Dahrani. (2021). Effect Of Return On Asset And Debt To Equity Ratio To Tax Avoidance In Company.

International Journal of Economics, Technology
amsi.or.id/penelitian/index.php/IFR/article/view/3.

Eriqat O.A Ibrahim, et al (2023). Do Corporate Governance Mechanisms Matter to the Reputation of Financial Firms? Evidence of Emerging Markets.
<https://www.tandfonline.com/loi/oabm20>.

Fauzi Achmad, Manao Marni (2023), Faktor Kebijakan Kedisiplinan Sumber Daya Manusia, Corporate Social Responsibility “CSR”, Peningkatan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kesejahteraan Karyawan Pada PT. SKM. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, achmadfauziok@yahoo.com, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas / Jurusan, marnimanao11stnr@gmail.com, STIE IGI Jakarta Barat

Hair et al (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling.

Junardi (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.
<http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>.

Khodijah Siti (2023), Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.
<https://edunomic.ugj.ac.id/index.php/EJPE/article/view/21>

Nabilah Jihan, et al (2023). Pengaruh Leverage, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan.
<https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIK> A.

Nazariah, Mutia Ida. Pengaruh Risiko Investasi Terhadap *Return* Saham

Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Tekstil Dan Garmen Yang Tercatat Di Bursa Indonesia Tahun 2013-2017. <http://journal.unigha.ac.id/index.php/JRR>.

- Oluwajuwon G Ariyo (2023). The Moderating Effect of Perceived Organisational Support on Learning Organisation and Company Reputation of Small and Medium Scale Enterprisesin Nigeria. www.ijefm.co.in.
- Saputri Vani Eka & Kristanti Ika Neni (2023), Pengaruh Rasio Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Pertanian yang Listed di BEI Periode 2019-2021. <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>.
- Spence, M. (1973). *Job Market Signaling*. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Suryani Arna (2019). Analisis Risiko Investasi dan Return Saham pada Industri telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/>.