

Corporate Social Responsibility Dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

Leni Agustina¹, Eka Nurmalasari², Widia Astuty³.

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara

leniagustina0888@gmail.com¹, ekanurmala@umsu.ac.id², widiaastuty@umsu.ac.id³

*Corresponding Author

Diajukan : 3 Oktober 2022

Disetujui : 17 Oktober 2022

Dipublikasi : 2 Januari 2023

ABSTRACT

Corporate reputation shows that financial and non-financial information plays an important role in building corporate reputation. Corporate reputation in turn will influence individual investors to buy or sell shares of a company. Corporate reputation affects investor decision making because most investors assume that good investment opportunities come from well-known companies. Another factor that affects the company's reputation is the disclosure of Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility is one of the things that is very instrumental in building a good image and reputation. Corporate Social Responsibility (CSR) arises because of the company's concern for the environment and social, as a result of the exploration carried out by the company to increase its production, in this case related to the pollution caused by the fuel used by transportation companies. This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility and investment risk on corporate reputation with profitability as an intervening variable in transportation subsector companies on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique with purposive sampling obtained a sample of 32 companies with observation years starting from 2018-2020 so that 96 samples were obtained. The data analysis technique used in this study uses path analysis in the form of descriptive statistical tests, autocorrelation tests, correlation tests between variables, and path coefficient tests with Statistical Program for Social Science tools strengthened by the sobel test. Investment risk has no effect on profitability.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; investors; profitability; corporate reputation; investment risk.*

PENDAHULUAN

Reputasi perusahaan (*corporate reputation*) memiliki peranan penting bagi keberhasilan bisnis dan menjadi salah satu intangible asset yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan. Untuk membangun dan mempertahankan reputasi yang baik, organisasi perlu mempertimbangkan dengan cermat bagaimana kinerja dan perilaku perusahaan yang dinilai oleh seluruh stakeholder.

Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan adalah financial performance yakni profitabilitas. Reputasi perusahaan dapat diartikan dengan bagaimana pihak lain memandang perusahaan. kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (profitabilitas) merupakan fokus utama penilaian perusahaan karena selain sebagai indikator perusahaan, profitabilitas merupakan elemen penciptaan reputasi perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang

saham. Profit sering menjadi salah satu ukuran kinerja perusahaan. Dimana Ketika perusahaan memiliki high profit berarti kinerjanya baik dan sebaliknya. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Faktor lain yang mempengaruhi reputasi perusahaan ialah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu hal yang sangat berperan untuk membangun citra dan reputasi yang baik. Pemakaian bahan bakar yang cukup tinggi akan semakin mengurangi sumber daya alam yang semakin terbatas sehingga menyebabkan kerusakan lingkungan dari aktivitas perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini bukan lagi bersifat sukarela atau komitmen yang dilakukan perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi perusahaan yang bergerak di bidang SDA (Sumber Daya Alam) untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007.

Melalui CSR diharapkan mampu mencapai tujuan utama perusahaan yaitu mencari laba tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders dan kelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas dampak yang telah ditimbulkan akibat kegiatan operasional perusahaan. Investasi merupakan pengorbanan di masa sekarang untuk mendapatkan nilai yang lebih tinggi pada masa yang akan datang, dimana nilai pada masa yang akan datang mengandung unsur ketidakpastian. Ketidakpastian akan tingkat penghasilan merupakan inti dari investasi, yaitu investor harus selalu mempertimbangkan unsur ketidakpastian yang merupakan resiko investasi. Risiko ini dapat berasal dari beberapa faktor fundamental dan faktor karakteristik pasar tentang saham perusahaan tersebut (Husnan, 2009). (Ali Sadikin, 2019) dengan hasil bahwa risiko suku bunga dan risiko kurs mempunyai pengaruh signifikan terhadap return saham.

Untuk industri transportasi sendiri menjadi salah satu sektor industri yang terdampak, keputusan pemerintah menetapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) menyebabkan pergerakan masyarakat turun drastis. Hal tersebut membuat pendapatan serta laba perusahaan pada sektor transportasi mengalami penurunan. Kerugian terbesar ini paling dirasakan oleh maskapai penerbangan, dikarenakan total penumpang domestik serta internasional mengalami penurunan bahkan 50%. Maka dari itu tertarik penulis untuk meneliti lebih dalam mengenai pada sub sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Subsektor Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

STUDI LITERATUR

Landasan Teori

Reputasi perusahaan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Lebih dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar.

Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas perusahaan, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa ia akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka bahwa mereka akan mendapatkan apa saja yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi merupakan suatu intangible asset atau goodwill perusahaan yang memiliki efek positif pada penilaian pasar atas perusahaan. Perusahaan yang mempunyai reputasi baik mampu menimbulkan kepercayaan, keyakinan dan dukungan daripada perusahaan yang mempunyai reputasi buruk (Dowling, J. and Pfeffer, 1975). Dalam penelitian ini reputasi dicerminkan dengan saham akhir tahun (closing price). Reputasi merupakan tujuan perusahaan yang harus didapat oleh suatu perusahaan karena merupakan sebuah prestasi. Reputasi perusahaan yang baik akan berdampak baik pula untuk perusahaan karena selain mendapatkan loyalitas dari konsumen, meningkatkan penjualan juga dapat meningkatkan harga saham. Sebaliknya apabila reputasi perusahaan buruk maka akan

berdampak buruk bagi perusahaan termasuk mempengaruhi harga saham (Iswadi & Tiasity, 2015).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan Beberapa faktor yang mempengaruhi reputasi dirumuskan oleh (Dowling, J. 5) Financial Performance, profitabilitas dan rasio investasi serta bagaimana proses pertumbuhan perusahaan di masa depan. Pada penelitian ini menekankan pada 2 faktor yaitu financial performance yang terdiri dari profitabilitas dan risiko investasi, serta social responsibility.

Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) menurut (Abdul Wahab, 2008), merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (stakeholders). Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya program-program corporate social responsibility (CSR) karena dapat membantu memperbaiki kinerja keuangan, membangun kualitas kerja serta meningkatkan citra perusahaan.

Dari definisi di atas, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

(John Elkington, 1997) melalui bukunya "Cannibals with Fork, the Triple

Bottom Line of Twentieth Century Business". Elkington mengembangkan konsep triple bottom line dalam istilah economic prosperity, environmental quality dan social justice. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan "3P". Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Konsep 3P ini menurut (John Elkington, 1997) dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal ini dapat dibenarkan, sebab jika suatu perusahaan hanya mengejar keuntungan semata, bisa jadi lingkungan yang rusak dan masyarakat yang terabaikan menjadi hambatan kelangsungan bisnisnya.

Disini CSR dipakia dengan alat Pengukuran CSRDI dihitung dengan Komponen Corporate Social Responsibility menurut (Sembiring, 2005). Investasi merupakan atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa yang akan datang. Risiko adalah kemungkinan menyimpangnya keuntungan yang sesungguhnya (actual return) dari tingkat keuntungan yang diharapkan (expected return). Risiko merupakan variabilitas return realisasi terhadap return yang diharapkan.

Risiko sistematis Risiko sistematis merupakan variabilitas dalam total return suatu sekuritas yang secara langsung berhubungan dengan pasar secara keseluruhan, sehingga setiap pemodal tidak dapat menghilangkannya dengan diversifikasi sekuritas atau portofolio.

Ada 2 jenis risiko investasi yaitu Risiko tidak sistematis Risiko tidak sistematis merupakan variabilitas dalam total return suatu sekuritas yang tidak berhubungan dengan pasar secara keseluruhan atau dapat dikatakan hanya terjadi pada suatu perusahaan tertentu. Risiko ini disebut tidak sistematis karena pengaruhnya tidak sama terhadap perusahaan yang satu dengan yang lain.

Menurut (Agus Sartono, 2010) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Menurut (Harahap, 2009) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya. Profitabilitas menurut (Harahap, 2009) adalah menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya. Profitabilitas dapat diartikan sebagai

kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva, maupun hutang jangka panjang (Syamsuddin, 2000).

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas.

Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini dapat dilihat dibawah ini:

Reputasi perusahaan berhubungan erat dengan kemampuan perusahaan dalam memilih tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanti & Lovett, 2021), (ibnu, 2019), (Yanuar et al., 2020), (Adeputra, M., & Wijaya, 2015) bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat menghasilkan hubungan positif yang searah dengan laba perusahaan, (Indra, 2021). Selain itu, penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ghozali, 2015), (Afiyanti, Y., & Rachmawati, 2012), (Alfiansyah, R., & Listiani, 2016) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang juga diukur dengan profitabilitas. *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alviansyah & Adiputra, 2021) dan bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ghozali, 2015), (Afiyanti, Y., & Rachmawati, 2012), (Alfiansyah, R., & Listiani, 2016) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang juga diukur dengan profitabilitas.

Resiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Seran, 2019) bahwa pengungkapan risiko berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. (Karacabey, 2004) dengan judul beta and return :

Istanbul stock exchange evidence menyatakan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara beta dengan return saham dan penelitian yang dilakukan oleh (Ali Sadikin, 2019) dengan hasil bahwa risiko suku bunga dan risiko kurs mempunyai pengaruh signifikan terhadap return saham. risiko investasi tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Karacabey, 2004) bahwa risiko investasi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan oleh (Dea Haska, 2017). Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan oleh (Seran, 2019) bahwa pengungkapan risiko berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Profitabilitas digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Indra, 2021).

Pengembangan Hipotesis

Keterkaitan *Corporate Social Responsibility* dengan Reputasi Perusahaan

Dampak buruk dari krisis dapat diatasi pihak perusahaan agar reputasi tidak menjadi lebih buruk bagi perusahaan dengan menggunakan strategi penanggulangan krisis yang tepat. Cara yang paling tepat adalah dengan menggunakan strategi komunikasi yang baik. Penentuan dua variabel dalam penelitian ini seperti disampaikan oleh (Coombs, 2010) yang mengatakan bahwa reputasi perusahaan berhubungan erat dengan kemampuan perusahaan memilih tanggungjawab krisis yang diambil pihak perusahaan sebagai salah satu upaya perusahaan mencari akar persoalan dari kejadian krisis yang dihadapi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanti & Lovett, 2021), (ibnu, 2019), (Yanuar et al., 2020), (Adeputra, M., & Wijaya, 2015) bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan.

Keterkaitan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan

Hampir setiap investasi mengandung unsur ketidakpastian atau risiko dan investor tidak tahu dengan pasti hasil yang akan diperolehnya dari investasi yang telah dilakukannya. Risiko ini dapat berasal dari beberapa faktor fundamental dan faktor karakteristik pasar tentang saham perusahaan tersebut (Husnan, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh (John Elkington, 1997) dengan judul a fundamental analysis of Korean stock return dimana hasilnya beta mempunyai hubungan tidak signifikan dengan return saham.

H2 : Risiko Investasi berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan

Keterkaitan Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan

Tingkat profitabilitas dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam pengembalian atas investasi yang dilakukan. Rasio profitabilitas digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Indra, 2021) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

H3 : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Reputasi Perusahaan

Keterkaitan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas

Perusahaan yang melakukan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) tentu akan mendapatkan respect yang lebih, daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) disebuah perusahaan akan memberikan pengaruh pada laba perusahaan tersebut. Oleh karena itu, pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) diharapkan dapat menghasilkan hubungan positif yang searah dengan laba perusahaan, (Indra, 2021). Selain itu, penelitian ini searaha dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ghozali, 2015), (Afiyanti, Y., & Rachmawati, 2012), (Alfiansyah, R., & Listiani, 2016) Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang juga diukur dengan profitabilitas.

H4 : Corporate Social Responsibility Berpengaruh terhadap Profitabilitas

Keterkaitan Risiko Investasi Terhadap Profitabilitas

Risiko investasi saham tercermin pada reabilitas pendapatan (return) saham, baik pendapatan saham individual maupun pendapatan saham secara komprehensif (market return) dipasar modal. . Jenis risiko ini timbul karena factor-faktor yang bersifat makro dan mempengaruhi semua perusahaan atau industry serta tidak dapat dikurangi walaupun dengan cara diversifikasi factorfaktor tersebut adalah : Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Inflasi, Nilai Tukar Valuta Asing dan Kebijakan Pemerintah Dibidang Ekonomi . Keadaan disebabkan pada perusahaan manufktur dapat memberikan peluang yang lebih besar untuk memperoleh keuntungan, meskipun pada sisi lain tingkat risiko yang dapat dialami juga tinggi.

H5 : Risiko Investasi berpengaruh Terhadap Profitabilitas

Keterkaitan Corporate Social Responsibility dengan Reputasi Perusahaan Melalui Profitabilitas

Besar kecilnya program Corporate Social Responsibility (CSR) yang diusung perusahaan tergantung pada biaya yang dialokasikan oleh perusahaan terhadap program tersebut, semakin besar biaya yang dikeluarkan semakin besar pula program Corporate Social Responsibility (CSR) yang akan dilaksanakan. Martin (2008) menyimpulkan bahwa CSR akan bernilai jika manajemen membantu mengembangkan reputasi perusahaan dan perusahaan akan memiliki reputasi yang baik jika memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Indra, 2021), (Gultom et al., 2013) bahwa Corporate Social Responsibility terkait kompensasi jaminan sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan reputasi perusahaan.

H6 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas.

Keterkaitan Risiko Investasi dengan Reputasi Perusahaan Melalui Profitabilitas

Perhitungan risiko dalam suatu investasi menyangkut dengan perhitungan terhadap return yang diharapkan dari suatu investasi terkait dengan profitabilitas. Profitabilitas yang baik erat kaitannya dengan penilaian keberhasilan suatu profit sebuah perusahaan, karena profit salah satu indikator dalam penilaian kinerja perusahaan. maka dalam penelitian ini ingin menilai apakah dengan profitabilitas dapat mempengaruhi risiko investasi terhadap reputasi perusahaan. Karena asumsi peneliti semakin baik profitabilitas perusahaan yang dalam penelitian ini menggunakan nilai ROA maka akan semakin menurunkan risiko investasi sehingga semakin baik pula reputasi perusahaan tersebut.

H7 : Risiko Investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas

METODE

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari data kuantitatif. Data Kuantitatif yang digunakan adalah data yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id pada periode 2018 – 2020. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria pengambilan sampel sebagai berikut :

Tabel 1 kriteria pemilihan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan subsektor transportasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 - 2020	46
Perusahaan yang tidak menerbitkan dan mengaudit laporan keuangan selama berturut-turut 2018-2020.	10
Perusahaan yang tidak memiliki data CSRBerturut-turut 2018-2020	4
Jumlah Penelitian	32
Periode Pengamatan	3

Sumber : Diringkas oleh peneliti

Variabel Dependen pada penelitian ini yaitu Reputasi perusahaan. Variabel Independen pada penelitian ini menggunakan Corporate Social Responsibility, Risiko Investasi. Variabel intervening pada penelitian ini yaitu Profitabilitas.

Tabel 2. Oprasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Rasio
Profitabilitas	Seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih, (Hery, 2019)	$\frac{\text{Return On Assets Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Reputasi Perusahaan	Reputasi perusahaan dapat dilihat dari kompetensi perusahaan tersebut dan keunggulannya dibandingkan para perusahaan	Harga saham (close Price)	Nominal

	kompetitor yang lain, Milewicz dan Golden (1994)		
Corporate Social Responsibility (CSR)	Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan, Solihin (2008:2)	Indeks $\frac{n}{k} \times 100\%$ n = jumlah item diungkap k = jumlah item seharusnya diungkap	Rasio
Risiko Investasi	Risiko investasi adalah kemungkinan menyimpangnya keuntungan yang sesungguhnya (actual return) dari tingkat keuntungan yang diharapkan (expected return), Hartono (2000)		Rasio
Sumber Diringkas oleh Peneliti			

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi atau dilakukan melalui metode *electronic research library*. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan alat bantu Statistical Program for Social Science (SPSS 20). Analisis jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung di antara berbagai variabel (Sandjojo, 2011). Analisis jalur merupakan sarana yang dapat membantu peneliti, dengan menggunakan data kuantitatif yang bersifat korelasional untuk menjelaskan proses yang bersifat kausal.

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
CP	96	50	10000	866.41	1989.792
ROA	96	-66	26	-.65	13.261
CSR	96	5	40	16.57	8.059
RI	96	2	4	2.48	.615
Valid N (listwise)	96				

Dari tabel diatas Variabel corporate social responsibility yang diukur dengan indeks CSRDI menunjukkan nilai minimum atau terkecil 5, nilai maksimum 40. Nilai mean indeks CSR dari 96 sampel adalah sebesar 16.57 artinya bahwa rata-rata indeks CSR selama 3 tahun sebesar 16.57%. Nilai standar deviasi sebesar 8.059. Dari tabel diatas menunjukkan Variabel risiko investasi yang dihitung dengan standar deviasi return histori perusahaan menunjukkan nilai terendah atau minimum 2 dan nilai maksimum atau tertinggi 4. Nilai mean selama 3 tahun sebesar 2.48 artinya rata-rata rasio risiko investasi dari 96 sampel sebanyak 2.48%. Nilai standar

deviasi sebesar 0.615. Dari tabel diatas Variabel profitabilitas yang diukur dengan return on asset memiliki nilai minimum atau terendah -66 dan nilai maksimum atau tertinggi 26. Nilai mean sebesar -0.65 menunjukkan nilai rata-rata rasio return on asset dari 96 perusahaan sebesar -0.65% artinya setiap Rp1 aset perusahaan tidak mampu mengembalikan laba, justru menyebabkan penurunan sebesar Rp65 selama 3 tahun. Nilai standar deviasi sebesar 13.261. Dari tabel diatas menunjukkan Variabel reputasi perusahaan yang dicerminkan dengan closing price memiliki nilai minimum atau terendah 50 dan nilai maksimum atau tertinggi 10,000. Nilai mean sebesar 866.41 menunjukkan nilai rata-rata closing price dari 96 sampel yang dihitung dalam 2 tahun sebesar Rp866.41. Nilai standar deviasi sebesar 1989.792.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. KolmogorovSmirnov

Variabel	Asymp.Sig (2-tailed)	Standar	Keterangan
Unstandardized Residual	0.436	> 0.05	Data Berdistribusi normal

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat dilihat bahwa nilai KolmogorovSmirnov mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 5%$ atau 0,05 yaitu sebesar 0.436.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Durbin-Watson Model Summary^b

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.749 ^a	.561	.546	1340.084	1.114

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat dilihat bahwa pengujian dengan Durbin Watson (DW) sebesar 1.114 > 1.0 yang berarti berdasarkan tabel model summary data tidak terdapat autokorelasi positif dan negatif sehingga model regresi yang digunakan tidak terdapat gejala autokorelasi.

Analisis Koefisien Jalur

Dalam analisis jalur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct and indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel 6. Regresi Sub-Struktur I

Coefficients ^b						
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T		Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-50.681	27.749		-	.071
	x_1	2.245	.853	.273	2.634	.010
	x_2	9.033	11.168	.084	.809	.421
^a . Dependent Variable : y^1						
Adjusted R Square		0.0706				
Signifikan F		0.009				

Dari tabel diatas menunjukkan Variabel corporate social responsibility memiliki nilai sig 0.10 dan nilai tstatistik 2.634. Variabel risiko investasi memiliki nilai sig 0.421 dan nilai t-statistik 0.809

Tabel 7. Regresi Sub-Struktur II

		Coefficients ^b				
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t		Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5377.865	593.405		-9.063	.000
	x_1	38.540	18.571	.156	2.075	.041
	x_2	2278.348	235.480	.704	9.675	.000
	y_1	4.800	2.179	-.160	2.203	0.30
Dependent Variabel : y^2						
Adjusted R Square		0.546				
Signifikan F		0.000				

Dari Tabel diatas menunjukkan Variabel corporate social responsibility memiliki nilai sig 0.041, nilai tstatistik 2.075. Variabel risiko investasi memiliki nilai sig 0.000 dan nilai t-statistik 9.675. Variabel profitabilitas memiliki nilai sig 0.030 dan nilai t-statistik 2.203.

Uji Kelayakan Model (uji F)

nilai f hitung sebesar 39.149 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ hal ini berarti model regresi dalam penelitian ini telah fit (baik) dan layak digunakan untuk memprediksi reputasi perusahaan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Variabel corporate social responsibility memiliki nilai sig $0.041 < 0.05$, nilai tstatistik $2.075 > 1.96$ maka hal ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama diterima.

Variabel risiko investasi memiliki nilai sig $0.000 < 0.05$ dan nilai t-statistik $9.675 > 1.96$ maka hal ini berarti risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Variabel profitabilitas memiliki nilai sig $0.030 < 0.05$, nilai t-statistik $2.203 > 1.96$ maka hal ini berarti profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Variabel corporate social responsibility memiliki nilai sig $0.10 < 0.05$, nilai tstatistik $2.634 > 1.96$ maka hal ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat diterima.

Variabel risiko investasi memiliki nilai sig $0.421 > 0.05$ dan nilai t-statistik $0.809 < 1.96$ maka hal ini berarti risiko investasi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima ditolak.

Pengaruh tidak langsung corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas adalah sebesar 0.043 atau 4.3%. Dari perhitungan tersebut pengaruh tidak langsung $0.043 < 0.156$ hal ini berarti profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis keenam ditolak. Pengaruh tidak langsung risiko investasi terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas $0.134 < 0.704$, maka hal ini berarti profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh risiko investasi terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis ke tujuh ditolak.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Dilihat dari hasil pengujian pada tabel 6 dan tabel 7 Nilai adjusted R square 0.076 atau 7.6%, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas yakni *corporate social responsibility* dan risiko investasi mempengaruhi variabel terikatnya pada substruktur I yakni profitabilitas sebesar 7.6%. Nilai ini dapat digunakan untuk menentukan nilai koefisien jalur residualnya, yaitu

$\rho_{y1\varepsilon1} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0.076} = 0.961$ variabel lain dan Nilai adjusted R square 0.546 atau 54.6%, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas yakni *corporate social responsibility*, risiko investasi dan profitabilitas mempengaruhi variabel terikatnya pada substruktur II yakni reputasi perusahaan sebesar 54.6%. nilai ini dapat digunakan untuk menentukan nilai koefisien jalur residualnya yaitu : $\rho_{y2\varepsilon1} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0.546} = 0.673$ variabel lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan

Dari hasil uji hipotesis diperoleh hasil nilai sig 0.041 < 0.05, Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Sesuai dengan hasil penelitian ini, bahwa CSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya tanggung jawab sosial atau CSR akan menimbulkan dampak positif dan akan meningkatkan reputasi perusahaan. Hal ini sejalan dengan (Daud, 2016), perusahaan yang lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat akan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini juga searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanti & Lovett, 2021), (ibnu, 2019), (Yanuar et al., 2020), (Adeputra, M., & Wijaya, 2015) bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai sig 0.00 < 0.05 berarti bahwa risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Maka, dengan demikian hipotesis kedua diterima. Sehubungan dengan teori Capital Asset Pricing Model (CAPM) menyatakan semakin besar risiko saham, semakin tinggi premi risiko, dan semakin tinggi pula tingkat expected return dari saham tersebut. Risiko dan return yang berjalan searah ini juga sejalan dalam hasil penelitian ini dan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Hal ini dipertegas dengan penelitian (Seran, 2019) bahwa pengungkapan risiko berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. berbeda dengan penelitian (Karacabey, 2004) dengan judul beta and return : Istanbul stock exchange evidence menyatakan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara beta dengan return saham.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui nilai sig 0.03 < 0.05 berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis ketiga diterima. Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan return on asset (ROA). ROA digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan total aset yang dimiliki dan sebagai rasio terpenting diantara rasio profitabilitas lainnya, (Kasmir, 2008). Return on asset yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset yang berarti bahwa kinerja perusahaan baik yang pada akhirnya akan berpengaruh pada reputasi perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indra, 2021) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan nilai sig 0.10 < 0.05 berarti corporate social responsibility berpengaruh terhadap profitabilitas. Dengan demikian maka hipotesis keempat diterima. Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Corporate Social Responsibility (CSR) sebuah perusahaan akan memberikan pengaruh pada laba perusahaan tersebut. Oleh karena itu, pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) diharapkan dapat menghasilkan hubungan positif yang searah dengan laba perusahaan, (Indra, 2021). Selain itu, penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ghozali, 2015), (Afiyanti, Y., & Rachmawati, 2012), (Alfiansyah, R., & Listiani, 2016) Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang juga diukur dengan profitabilitas.

Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan nilai sig $0.421 < 0.05$ berarti risiko investasi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Dengan demikian maka hipotesis kelima ditolak. Risiko investasi diidentifikasi sebagai ketidakpastian akan tingkat penghasilan sehingga investor harus selalu mempertimbangkan unsur ketidakpastian. Sehingga tingginya risiko investasi tetapi tidak didongkrak dengan tingginya profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan karna disebabkan tingginya biaya akomodasi yang dikeluarkan dari pada pendapatan (profitabilitas). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karacabey, 2004) bahwa risiko investasi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Melalui Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan perhitungan sebesar 0.043 atau 4.3% . Dari perhitungan tersebut pengaruh tidak langsung $0.043 < 0.156$ menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh corporate social responsibility terhadap reputasi perusahaan. Maka hipotesis keenam ditolak. Profitabilitas perusahaan transportasi mengalami penurunan yang sangat drastis sehingga membuat banyak perusahaan cenderung sedikit melaksanakan atau mengikuti program-program CSRDI yang dalam penelitian ini menggunakan CSRDI menurut (sembiring, 2005), Sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alviansyah & Adiputra, 2021) dan bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ghozali, 2015), (Afiyanti, Y., & Rachmawati, 2012), (Alfiansyah, R., & Listiani, 2016) Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang juga diukur dengan profitabilitas.

Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Melalui Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan perhitungan $0.134 < 0.704$, maka hal ini berarti profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh risiko investasi terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis ke tujuh ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya nilai profitabilitas menjadikannya tidak mampu memediasi pengaruh risiko investasi terhadap reputasi perusahaan. Besarnya beban bunga yang ditanggung perusahaan akan mengurangi tingkat laba yang tersedia bagi pemegang saham sehingga risiko bagi pemegang saham akan meningkat. Namun, hubungan risiko investasi terhadap reputasi perusahaan tidak dapat dipengaruhi melalui profitabilitas. Berkurangnya risiko investasi yang diikuti kenaikan profitabilitas seharusnya turut mampu meningkatkan reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan risiko investasi tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (karacabay 2004) bahwa risiko investasi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan oleh (Dea haska, 2017).

KESIMPULAN

Hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh Corporate social responsibility berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan yang mementingkan tanggung jawab social akan memberikan reputasi yang baik karena dinilai tidak hanya mementingkan laba namun juga lingkungan dan sosial sekitarnya. Risiko investasi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan risiko investasi yang ditanggung pemegang saham semakin tinggi maka akan semakin tinggi return yang diperoleh yang diharapkan akan menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset yang berarti bahwa kinerja perusahaan baik yang pada akhirnya akan berpengaruh pada reputasi perusahaan. Corporate social responsibility berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan Penerapan CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan yang umumnya diukur dengan profitabilitas disebabkan bagi investor, perusahaan yang

melakukan aktivitas CSR berpotensi menghasilkan laba yang lebih besar. Risiko investasi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan muncul dari adanya pengakhiran atau tidak diperpanjangnya kontrak-kontrak penyediaan jasa, fluktuasi tarif sewa, fluktuasi alat tukar, kenaikan harga bahan bakar dan lainnya yang berakibat pada menurunnya nilai profitabilitas perusahaan. Corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan melalui profitabilitas.

Corporate Social Responsibility dan risiko investasi tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini cenderung negative sehingga disarankan untuk semua perusahaan lebih memperhatikan tingkat profitabilitas perusahaan karena diharapkan dengan profitabilitas yang baik akan meningkatkan reputasi perusahaan. Sebelum melakukan investasi, hendaknya menganalisis dan menimbang risiko investasi dalam perusahaan. selain itu juga melihat seberapa baik dan kontinuitas perolehan profit masing-masing perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kemungkinan hasilnya kurang memuaskan disebabkan karena keterbatasan peneliti, diantaranya peneliti ini menggunakan populasi di sub sektor transportasi yang sangat berdampak pada saat covid-19 sehingga pemberlakuan pemberhentian arus transportasi yang sangat berdampak pada tahun 2018 sampai dengan 2020. Penelitian ini sangat memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut, oleh karena itu agenda penelitian akan datang diharapkan pada penelitiannya selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang mempengaruhi reputasi perusahaan diantaranya faktor yang dapat diteliti secara langsung dengan data lapangan dan perusahaan lainnya di luar perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia misalnya variabel kualitas layanan, kinerja karyawan, orientasi pelanggan dan lainnya dan juga diharapkan pengukuran reputasi menggunakan Corporate image indeks (CII) yang diambil dari data Indonesia's Most Admired Company (IMAC) sebagai acuan mengukur reputasi perusahaan.

REFERENSI

- Abdul Wahab, S. (2008). Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara. Bumi Aksara.
- Adeputra, M., & Wijaya, I. (2015). Pengaruh Nilai Tukar, Net Profit Margin, Return on Assets, Suku Bunga dan Inflasi terhadap Return Saham Food and Beverage. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 209–216.
- Alfiansyah, R., & Listiani, E. (2016). Paid Promote Sebagai Media Promosi. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 157–162.
- Alviansyah & Adiputra, I. G. (2021). Keuangan Yang Dimediasi Manajemen Laba. *III(1)*, 24–33.
- Arifin, J., & Wardani, E. A. (2016). Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20(1), 1–11.
- Bambang, R. (2012). Dasar-dasar Pembelanjaan (Edisi 4). BDFE.
- Coombs, W. . (2010). Parameters for Crisis Communication. In W.T. Coombs & S.J. Holladay (Eds.), *The Handbook of Crisis Communication*. WileyBlackwell.
- Dahrani. (2021). Effect Of Return On Asset And Debt To Equity Ratio To Tax Avoidance In Company. *International Journal of Economics, Technology and Social Sciences*, 2(2), 454–461. <http://ypppal-amsi.or.id/penelitian/index.php/IFR/article/view/3>
- Daud, A. (2016). Pengaruh inovasi, layanan, dan keunggulan posisional pada kinerja pemasaran. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 66–78.
- Dea Haska. (2017). PENGARUH RISIKO INVESTASI, RETURN ON EQUITY (ROE) DAN PROCEEDS TERHADAP UNDERPRICING DENGAN REPUTASI UNDERWRITER SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN NON-KEUANGAN YANG IPO DI BEI PERIODE 2010-2014. *Jom FEKON*, 4(1), 1–14.
- Ghozali, I. D. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Editio)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gray, et. al. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 8(5), 47–76.
- Gultom, R., Agustina, & Wijaya, S. W. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia. In *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* (Vol. 3, Issue 1).
- Heinze. (1976). Financial Correlates of Social Involvement Measure. *Akron Business and Economic Review*, 7(1), 48–51.
- Indra, D. Q. (2021). ANALISIS REPUTASI GENRE INDONESIA PADA KOMUNITAS DUTA GENRE. Thesis, UNIVERSITAS BAKRIE.
- John Elkington. (1997). *Cannibals With Forks : The Tripple Bottom Line of 21st Century Business* Oxford. Capstone.
- Karacabey, A. A. dan Y. K. (2004). *Investment Management and Financial Innovations*.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo*.
- Seran, C. R. B. (2019). *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Pada Konveksi Marsalia*. Other Thesis, Stie Malangkeucewara.
<http://repository.stie-mce.ac.id/46/>
- Syamsuddin, L. (2000). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. PT Raja Grafindo Perkasa.
- Tandelilin, E. (2000). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. BPFE.
- Widiyanti, D. I., & Lovett, M. M. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility Program “Pojoek Baca” Pt Pertamina Ep Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan. *Scriptura*, 11(2), 85–95.