

Penerapan Etika Bisnis dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Memediasi Hubungan antara Total Aset dan Perputaran Persediaan dengan Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia

Mutiara Rachma Ardhiani¹, Siti Istikhroh², Widiar Onny Kurniawan³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Koresponden Penulis: Email: mutiara@unipasby.ac.id

ABSTRACT

To determine how the value of a company influenced by Corporate Social Responsibility (CSR) is affected by total assets and inventory turnover, this study uses business ethics as a mediating variable in the food and beverage subsector of the IDX. For this purpose, 13 companies were selected as samples for the years 2021–2023. Path analysis was used to analyze the data. The research results show that CSR influences company value but does not impact total assets or inventory turnover. CSR does not mediate the effect of total assets or inventory turnover on company value, and CSR also does not mediate the effect of inventory turnover.

Keywords : Total Assets; Inventory Turnover; CSR; Company Value.

ABSTRAK

Untuk mengetahui bagaimana nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) dipengaruhi oleh total aset dan perputaran persediaan, penelitian ini menggunakan etika bisnis sebagai variabel mediasi di subsektor makanan dan minuman BEI. Untuk tujuan ini, 13 perusahaan dipilih sebagai sampel untuk tahun 2021–2023. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memengaruhi nilai perusahaan, tetapi tidak berdampak pada total aset atau perputaran persediaan. CSR tidak memediasi pengaruh total aset atau perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan, dan CSR juga tidak memediasi pengaruh perputaran persediaan.

Kata Kunci : Total Assets; Inventory Turnover; CSR; Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Perusahaan go public yang semakin meningkat saat ini menunjukkan

persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini memberi tekanan pada setiap bisnis untuk dapat bekerja lebih baik dalam

mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah cara investor menilai prestasi perusahaan, yang ditunjukkan dalam harga sahamnya (Wijaya et al., 2021). Manajemen perusahaan perlu membuat rencana untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Manajemen aset adalah salah satu cara yang dapat digunakan. Perusahaan yang memiliki banyak aset akan memiliki persepsi yang baik di kalangan investor dan masyarakat tentang kinerja yang baik dalam mengelola kegiatan bisnisnya, yang akan berdampak pada nilainya.

Strategi manajemen perusahaan yang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah pengelolaan tingkat persediaan perusahaan. Ini karena persediaan sangat penting bagi perusahaan (Ningtyas & Istikhoroh, 2019). Tingkat perputaran persediaan adalah cara untuk mengetahui tingkat persediaan, yang biasanya digunakan untuk mengetahui seberapa baik manajemen suatu perusahaan memanfaatkan persediaan barang dagangan untuk meningkatkan penjualan. Peningkatan perputaran persediaan diikuti dengan peningkatan laba atau keuntungan perusahaan. Perusahaan dapat meyakinkan investor bahwa mereka dapat berkembang dengan sukses, yang akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Devina & Purnama (2022) membuktikan bahwa Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan, namun penelitian ini bertentangan dengan (Prajanto & Pratiwi, 2017) yang membuktikan hal sebaliknya. Penelitian sebelumnya menemukan hasil yang berbeda.

Hal ini mungkin terjadi karena ada faktor tambahan yang berkaitan dengan CSR yang dianggap berdampak pada nilai bisnis.

Perusahaan harus memperbaiki ketidakadilan sosial dan lingkungan yang disebabkan oleh operasinya (Labibah, 2022). Perusahaan yang mempublikasikan CSR dalam laporan tahunan mereka akan dianggap peduli oleh pemangku kepentingan dan meningkatkan kepercayaan diri mereka bahwa mereka akan membuat kemajuan dalam bisnis yang berkelanjutan. Menurut penelitian Labibah (2022) CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan, namun, penelitian Susilawati (2019) berpendapat sebaliknya.

Praktik pelaksanaan CSR yang dilakukan perusahaan sangat beragam. Dalam penelitian ini, total aset dan perputaran persediaan diperkirakan berdampak pada pengungkapan CSR. Perusahaan dengan total aset yang besar menunjukkan pengelolaan operasi bisnis yang efektif, yang meningkatkan harapan dari pemangku kepentingan terkait tanggung jawab perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR. Selanjutnya, tingkat perputaran persediaan yang cepat dinilai sebagai bukti kemampuan perusahaan untuk mengelola penjualan. Manajemen aset yang baik dapat mendorong bisnis untuk mengungkapkan keberhasilan keuangannya. Hasil penelitian tentang kegiatan CSR oleh Yuliarni & Kurniawati (2018) menunjukkan bahwa perputaran persediaan memengaruhi CSR.

Perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman bergerak di bidang

pengolahan makanan dan minuman karena konsumen selalu mencari produk baru untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah manajemen aset yang baik dan perputaran persediaan yang cepat dapat meningkatkan aktivitas penjualan dan meningkatkan nilai bisnis di industri makanan dan minuman. Bisnis makanan dan minuman selalu bergantung pada sumber daya alam, sehingga mereka harus menunjukkan tanggung jawab mereka kepada masyarakat sekitar melalui CSR.

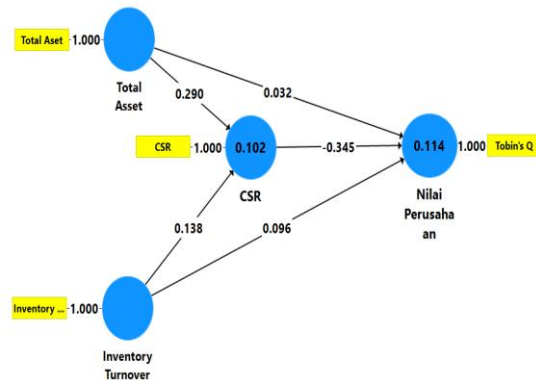
METODE PENELITIAN

Penelitian ini berupaya untuk menyelidiki pengaruh total aset dan perputaran persediaan terhadap nilai Perusahaan dengan pendekatan kuantitatif. CSR digunakan sebagai variabel mediasi pada perusahaan di subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dan 13 perusahaan dipilih sebagai sampel dari tahun 2021 hingga 2023. Software Smart PLS 3.0 digunakan untuk melakukan analisis jalur pada data. Pemilihan PLS dalam penelitian ini merujuk pada Hair et al. (2014) yang menyatakan bahwa variabel yang terukur secara langsung dapat dimodelkan dalam PLS sebagai *single-indicator constructs* tanpa memerlukan pengujian measurement model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1 dan Gambar 1 menunjukkan hasil dari analisis jalur, yang menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti dan mempengaruhi nilai perusahaan:



Gambar 1. Path Analysis

Nilai R-Square yang diperoleh menunjukkan bahwa total aset dan perputaran persediaan memiliki hubungan yang lemah dengan nilai perusahaan dengan nilai 0,038 (di bawah 0,25) serta total aset dan perputaran persediaan memiliki hubungan yang lemah dengan CSR dengan nilai 0. 052 (di bawah 0,25).

Tabel 1. Nilai R Square

	R Square	R Square Adjusted
CSR	0.102	0.052
FV	0.114	0.038

Tabel 2 menjelaskan hubungan langsung antara variabel adalah, 1) Nilai asli total aset terhadap nilai perusahaan adalah 0,032 dengan statistik t 0,220 dan nilai p 0,826, 2) Nilai asli perputaran persediaan ke nilai perusahaan adalah 0,096 dengan statistik t 0,605 dan nilai p 0,545, 3) Nilai asli CSR pada nilai perusahaan adalah -0,345 dengan statistik t 2,133 dan nilai p 0,033, 4) Nilai asli total aset terhadap nilai perusahaan adalah 0,290 dengan statistik t 1,187 dan nilai p 0,236, 5) Nilai asli perputaran persediaan pada CSR adalah 0,138 dengan statistik t 1,057 dan nilai p 0,291.

Tabel 2. Pengaruh langsung antar variabel

	Original Sample	T Statistics	P Values
TA → FV	0,032	0,220	0,826
IT → FV	0,096	0,605	0,545
CSR → FV	-0,345	2,133	0,033
TA → CSR	0,290	1,187	0,236
IT → CSR	0,138	1,057	0,291

Peran CSR sebagai mediator atau hubungan tidak langsung digambarkan dalam Tabel 3. Hasil uji efek tidak langsung menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai statistik t sebesar 0,893 dan nilai p sebesar 0,372. Hasil yang sama juga menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perputaran inventaris terhadap nilai perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai statistik t sebesar 0,922 dan nilai p sebesar 0,357.

Tabel 3. Pengaruh tidak langsung antar variabel

	Original Sample	T Statistics	P Values
IT → CSR → FV	-0,048	0,922	0,357
TA → CSR → FV	-0,100	0,893	0,372

Pembahasan

Pengujian pengaruh total aset terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa total aset tidak mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan karena calon pemegang saham yang akan membeli saham harus mempertimbangkan laporan keuangan, kebijakan dividen, dan reputasi Perusahaan (Suwardika & Mustanda,

2017). Hasil ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 0,220 dan nilai p-value 0,826. Hasil ini sejalan dengan Azizah & Widyawati (2021)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa perputaran persediaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, dengan nilai (t= 0,922; p-value 0,357). Penelitian ini sejalan dengan Prajanto & Pratiwi (2017) mengenai perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kegiatan penjualan perusahaan tidak dapat memengaruhi nilainya. Penjualan yang berfluktuasi tidak dapat dijadikan patokan saat membeli saham, sehingga tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Kecepatan perputaran persediaan dapat dijadikan indikator penerimaan suatu produk di pasar, bukti menunjukkan bahwa hal ini tidak mempengaruhi persepsi publik tentang nilai perusahaan, sehingga menolak hipotesis bahwa perputaran persediaan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan terpengaruh oleh CSR (t= 2,133; p-value 0,033). Jika perusahaan memperhatikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan, nilainya akan meningkat. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan membutuhkan aktivitas sosial yang baik untuk lingkungan dan masyarakat. Keberadaan kegiatan tersebut nantinya dapat meningkatkan jumlah investor yang akan menginvestasikan modalnya di perusahaan sehingga berdampak pada nilai perusahaan (Atmaja et al., 2021) Penelitian ini sejalan dengan Labibah (2022).

CSR telah terbukti memengaruhi persepsi publik terhadap nilai-nilai

perusahaan ketika diterapkan dalam etika bisnis tertentu. Perusahaan berkontribusi pada berbagai inisiatif yang memprioritaskan kepentingan umum. Salah satu aspek penting dari kegiatan CSR adalah tidak menunjukkan bahwa mereka dilakukan dengan tujuan promosi. Masyarakat percaya bahwa CSR dilakukan dengan cara yang terbuka, adil, dan bertanggung jawab. Ini mendukung asumsi bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil pengujian pengaruh total aset terhadap CSR ($t= 1,187$; $p\text{-value } 0,236$) yang menunjukkan bahwa total aset perusahaan tidak mempengaruhi pelaksanaan kegiatan CSR karena CSR adalah bentuk kesadaran perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Zulhaimi & Nuraprianti (2019)

Pengujian mengenai pengaruh perputaran persediaan terhadap CSR menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh perputaran persediaan terhadap CSR ($t= 1.057$; $p\text{-value } 0.291$). Penelitian ini sejalan dengan Sari & Marsono (2013) yang menunjukkan bahwa perputaran persediaan adalah aktivitas yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Hasil pengujian menunjukkan tidak adanya pengaruh mediasi CSR pada total aset terhadap nilai Perusahaan ($t= 0,893$; $p\text{-value } 0,372$). Kegiatan CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan secara langsung atau tidak langsung, sehingga nilai total aset tidak dapat memediasi dampak nilai perusahaan yang didukung oleh kegiatan CSR.

Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh mediasi CSR pada perputaran persediaan terhadap nilai Perusahaan ($t= 0,922$; $p\text{-value } 0,357$). Semua perusahaan harus melakukan kegiatan CSR karena nilai perusahaan yang didukung olehnya tidak dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan. Tidak ada cara bagi investor untuk menilai bisnis berdasarkan elemen-elemen penting dalam laporan keuangan; selain itu, keuntungan penjualan perusahaan tidak akan memengaruhi nilai bisnis yang didukung oleh kegiatan CSR.

Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh perputaran persediaan atau total aset. Secara teoretis, hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak berfungsi sebagai sinyal yang menarik bagi investor. Menurut teori signaling, investor hanya akan merespons informasi yang dianggap dapat menunjukkan prospek, kredibilitas, dan kualitas manajemen perusahaan. Kecepatan perputaran persediaan dan jumlah aset tidak memberikan sinyal strategis tentang pertumbuhan atau profitabilitas dalam jangka panjang, sehingga tidak memengaruhi persepsi pasar (Suwardika & Mustanda, 2017; Prajanto & Pratiwi, 2017). Sebaliknya, besarnya dampak CSR terhadap nilai bisnis menunjukkan bahwa aktivitas sosial menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tata kelola yang baik, yang meningkatkan kepercayaan publik dan minat investor (Atmaja et al., 2021). Tidak ditemukannya bukti bahwa CSR dipengaruhi oleh perputaran persediaan, total aset, atau

sebagai mediasi kedua variabel tersebut terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan CSR dipengaruhi oleh kewajiban hukum dan kesadaran etis perusahaan daripada kapasitas operasionalnya. CSR dilihat oleh investor sebagai sinyal independen yang tidak bergantung pada kondisi dasar perusahaan, sehingga keberadaannya tetap bermakna meskipun jumlah aset dan aktivitas operasional perusahaan tidak menjadi penentu keberadaannya. Perusahaan makanan dan minuman lebih responsif terhadap legitimasi sosial yang diciptakan melalui CSR daripada indikator fundamental yang tidak memberikan nilai informatif bagi investor.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR yang dilakukan secara etis telah terbukti meningkatkan persepsi masyarakat tentang suatu perusahaan; namun, total aset dan perputaran persediaan tidak mempengaruhi CSR; CSR tidak memediasi pengaruh total aset atau perputaran persediaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel dasar yang diuji. Variabel lain seperti profitabilitas, struktur modal, atau kualitas tata kelola dapat memberikan sinyal yang lebih kuat bagi investor. Selain itu, peran CSR yang terbukti memengaruhi nilai perusahaan sehingga peneliti selanjutnya dapat lebih meneliti hal ini secara lebih mendalam dengan mempertimbangkan kualitas dan dimensi pengungkapannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, R. P., Sopanah, & Anggarani, D. (2021). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK PERIODE 2014 – 2019. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1(1), 19–33.
- Azizah, D. G., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1), 2–18.
- Devina, M. S., & Purnama, M. (2022). Analisis Pengaruh Current Ratio , Return On Asset , Debt Ratio , Dan Inventory Turnover Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020 Analysis Of The Effect Of Curr. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2).
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Labibah, N. K. N. (2022). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>
- Ningtyas, A. W., & Istikhoro, S. (2019). PENGARUH PERPUTARAN PERSEDIAAN TERHADAP NPM DENGAN PENGUNGKAPAN

- CSR SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Publikasi Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 1181–1188.
- Prajanto, A., & Pratiwi, R. D. (2017). ANALISIS NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA DARI PERSPEKTIF KINERJA KEUANGAN. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.30659/jai.6.1.13-28>
- Sari, M. P. Y., & Marsono. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(3), 1–10.
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 31–46. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v2i1.13>
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba, dan profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Wijaya, H., Delvina, R. T., & Hadi, C. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>
- Yuliarni, R., & Kurniawati, I. (2018). PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEX PERIODA 2008-2012. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v3i1.28>
- Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap lingkungan (planet) dan masyarakat Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosur. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555–566. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>