

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dia Oktaviani^{1*}, Witantri Dwi Swandini², Carmidah³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung, Indonesia

* E-mail: vdiaokta@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 26-05-2026

Revision: 27-06-2026

Published: 02-07-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.412

ABSTRAK

Setiap perusahaan beroperasi dengan memberikan layanan sebaik mungkin, karena perusahaan tersebut didirikan dengan tujuan tertentu. Tujuan pokok pada sebuah perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan *stockholder*, yang berarti memperkuat harga saham agar meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh antara CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2022-2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, data yang digunakan yaitu data sekunder berupa annual report dan sustainability report. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis dilakukan dengan regresi data panel, model terbaik yang terpilih yaitu *random effect model*, dengan bantuan program *E-views 12*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil uji simultan menunjukkan CSR dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Sektor Pertambangan, Tanggungjawab Sosial Perusahaan

ABSTRACT

Every company operates by providing the best possible service, as it was founded with a specific purpose. The primary goal of a company is to maximize shareholder wealth, which means strengthening stock prices to increase company value. The purpose of this study is to analyze the influence of CSR and profitability on the value of mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2022-2024 period. The method used is a quantitative approach, with secondary data in the form of annual reports and sustainability reports. Sampling was conducted using a purposive sampling technique. The analysis was performed using panel data regression, with the best model selected being the random effects model, with the assistance of the E-views 12 program. The results of this study indicate that CSR partially has a significant effect on company value, but profitability does not. While the results of the simultaneous test indicate that CSR and profitability have an effect on company value.

Key word: firm Value, Profitability, Mining Sector, Corporate Social Responsibility

Acknowledgment

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan zaman yang semakin cepat saat ini, banyak perusahaan yang maju dan saling bersaing untuk memenuhi keperluan publik. Setiap perusahaan beroperasi dengan memberikan layanan sebaik mungkin, karena perusahaan tersebut didirikan dengan tujuan tertentu. Tujuan pokok pada sebuah perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan *stockholder*, yang berarti memperkuat harga saham agar meningkatkan nilai perusahaan (Setyawan & Situmorang, 2024). Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap bisnis yang seringkali dikaitkan dengan harga saham (Dentika dkk., 2022). Tingginya nilai perusahaan menunjukkan tingkat kepercayaan investor dan mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan (Mu'az & Sutanti, 2026). Berikut ini beberapa contoh fenomena nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

Tabel 1. Data nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024

Nama Perusahaan	Tahun		
	2022	2023	2024
PT Bukit Asam (PTBA)	3,690	2,440	2,750
PT Aneka Tambang (ANTM)	1,985	1,705	1,525
PT Timah (TINS)	1,170	645	1,070

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat bahwa harga saham sektor pertambangan pada tahun 2022-2024 mengalami fluktuasi pada masing-masing emiten. PT Bukit Asam memiliki harga saham tertinggi pada 2022 yaitu 3,690, namun mengalami penurunan pada tahun 2023 sebesar 2,440 dan kembali meningkat pada tahun 2024 menjadi 2,750. Sedangkan PT Aneka Tambang menunjukkan penurunan harga saham yang konsisten selama tiga tahun terakhir, pada tahun 2022 yaitu 1,985 turun menjadi 1,705 pada 2023 dan turun kembali 1,525 pada 2024. Sementara itu, PT Timah mengalami penurunan pada tahun 2023, dari 1,170 menjadi 645, tetapi mulai meningkat kembali sebesar 1,070 pada tahun 2024. Fenomena harga saham perusahaan pertambangan ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tersebut berfluktuasi dari tahun ke tahun. Perbedaan pergerakan harga antar perusahaan menunjukkan bahwa beberapa faktor dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan tertentu.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai suatu perusahaan adalah faktor non-finansial yakni tanggung jawab sosial perusahaan yang juga dikenal sebagai *corporate social responsibility*, dan tata kelola perusahaan atau yang biasa disebut *good corporate governance* (Sumarna & Muzakir, 2022). Namun, dalam penelitian ini peneliti lebih fokus pada *corporate social responsibility* karena perusahaan pertambangan adalah salah satu jenis perusahaan yang mengelola SDA, dimana aktivitasnya bisa

menyebabkan kerusakan lingkungan (Muhlis & Gultom, 2021). Selain itu, *corporate social responsibility* bisa menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk mengembangkan citra perusahaan yang positif. Citra perusahaan yang positif akan mendorong investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Andiana, 2023). Berikut ini data yang menunjukkan tingkat tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) di beberapa perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

Tabel 2. Data Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

Nama Perusahaan	Tahun		
	2022	2023	2024
PT Bukit Asam (PTBA)	113	113	113
PT Aneka Tambang (ANTM)	109	113	113
PT Timah (TINS)	114	117	117

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Tabel 1 dan 2 menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang tinggi tidak selalu disertai dengan peningkatan nilai perusahaan. Pada PT Aneka Tambang (ANTM) mengalami peningkatan CSR dari 109 pada tahun 2022 menjadi 113 pada tahun 2023 dan stabil pada tahun 2024. Namun, sepanjang periode yang sama, nilai perusahaan menurun secara bertahap dari 1,985 menjadi 1,705 dan kemudian menjadi 1,525. Fenomena ini juga terlihat pada PT Timah (TINS), di mana CSR meningkat dari 114 menjadi 117, sementara nilai perusahaannya justru menurun dari 1,170 menjadi 645 pada tahun 2023 sebelum meningkat kembali pada tahun 2024. Sebaliknya, PT Bukit Asam (PTBA) memiliki tingkat CSR yang relatif stabil yaitu 113, namun nilai perusahaan terus berfluktuasi sepanjang 2022-2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang tinggi tidak selalu diikuti peningkatan nilai perusahaan, serta masih ada ketidakpastian mengenai efektivitas *corporate social responsibility* dalam meningkatkan nilai perusahaan, oleh karena itu perlu dipelajari lebih jauh hubungan antara *corporate social responsibility* perusahaan dengan nilai perusahaan.

Menurut Dowling dan Pfeffer (1975) dalam teori legitimasi, perusahaan harus mampu menghadapi lingkungan eksternal yang berubah sekaligus tetap mematuhi norma dan harapan sosial. Ini termasuk kemampuan perusahaan untuk menyelaraskan praktik bisnis, pedoman operasional, dan komunikasi dengan pemangku kepentingan untuk mematuhi standar dan norma yang dapat diterima masyarakat. Dengan memperhatikan teori legitimasi, bisnis tidak hanya fokus pada tujuan ekonomi mereka saja, tetapi juga mempertimbangkan pada dampak sosial dari aktivitas operasional mereka (Gama dkk., 2024). Oleh karena itu, semakin baik pelaksanaan dan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat kepercayaan publik dan investor yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian (Khooyimah dkk., 2021) menunjukkan bahwa dampak tanggungjawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dalam bisnis di sektor pertambangan sangat penting. Hal ini karena *corporate social responsibility* yang diterapkan dapat meningkatkan kualitas bisnis dengan mendorong karyawan untuk bekerja sama mendukung bisnis yang berkomitmen

untuk memperbaiki kondisi lingkungan industri, terutama pada bisnis yang aktivitas operasionalnya berdampak negatif terhadap lingkungan, dengan begitu investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya dan bekerja sama.

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan meliputi faktor fundamental, yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan ekonomi perusahaan, seperti peluang pertumbuhan, profitabilitas, struktur modal, struktur kepemilikan, dan ukuran perusahaan (Yeni dkk., 2024). Diantara faktor tersebut, penulis tertarik meneliti profitabilitas karena profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Hanafi & Halim, 2016). Berikut ini data yang menunjukkan laba pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada 2022-2024.

Tabel 3. Data laba perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI 2022-2024

Nama Perusahaan	Tahun	Profit (laba)
PT Bukit Asam (PTBA)	2022	12.779.427.000.000
	2023	6.292.521.000.000
	2024	5.139.423.000.000
PT Aneka Tambang (ANTM)	2022	3.820.964.000.000
	2023	3.077.648.000.000
	2024	3.852.218.000.000
PT Timah (TINS)	2022	1.041.563.000.000
	2023	-449.672.000.000
	2024	1.186.697.000.000

Sumber: www.idx.co.id

Pada tabel 1 dan 3 terlihat bahwa laba perusahaan pertambangan berfluktuasi antara tahun 2022-2024 dan beberapa perusahaan yang mengalami peningkatan laba juga belum tentu diikuti peningkatan nilai perusahaannya. Pada PT Bukit Asam (PTBA) mengalami penurunan dari Rp 12,779 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp 6,292 triliun pada tahun 2023 dan kemudian turun kembali Rp 5,14 triliun pada tahun 2024 namun, nilai perusahaannya justru meningkat dari 2.440 pada tahun 2023 menjadi 2.750 pada tahun 2024. Sementara itu, PT Aneka Tambang (ANTM) memiliki laba perusahaan berfluktuasi dari Rp 3,820 triliun turun menjadi Rp 3,08 triliun pada tahun 2023 menjadi Rp 3,85 triliun pada tahun 2024, sedangkan nilai perusahaannya justru menurun dari 1,985 menjadi 1,705 di tahun 2023 dan turun kembali menjadi 1,525. Berbeda dengan PT Timah (TINS) yang mengalami fluktuasi dari Rp 1,041 triliun pada tahun 2022 menjadi Rp -449,672 miliar pada tahun 2023 lalu kembali meningkat ke Rp 1,186 triliun pada tahun 2024 yang diikuti peningkatan nilai perusahaan dari 645 ditahun 2023 menjadi 1,070 pada tahun 2024. Fenomena ini menunjukkan bahwa perubahan profitabilitas tidak selalu diikuti dengan perubahan nilai masing-masing perusahaan, sehingga pengaruh antara profitabilitas dan nilai perusahaan masih perlu dikaji lebih lanjut. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam *agency theory*, agar suatu bisnis dapat memaksimalkan keuntungan (laba), seorang *agent* berkewajiban untuk memas-

tikan bahwa bisnis tersebut beroperasi secara efisien dan efektif. Karena keuntungan (laba) yang tinggi merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, bisnis dengan laba yang maksimal maka nilai perusahaannya juga akan meningkat (Wilfridus & Susanto, 2021). Hasil penelitian (Putri & Miftah, 2021) menunjukkan bahwa profitabilitas yang lebih tinggi akan meningkatkan jumlah laba per saham. Meningkatnya laba per saham akan mendorong investor untuk berinvestasi dengan membeli saham perusahaan. Dengan jumlah investor yang banyak dalam membeli saham akan menaikkan harga saham perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini sebagai berikut.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas, dapat disimpulkan bahwa keduanya dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan (Alfatihah dkk., 2023) juga menyatakan bahwa Profitabilitas dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) saling berkaitan erat dan berkontribusi pada nilai perusahaan. CSR yang positif dapat meningkatkan reputasi perusahaan, mendorong inovasi, mempengaruhi minat investor dan mengurangi risiko, sementara tingkat profitabilitas yang tinggi diperlukan untuk mempertahankan tingkat efisiensi keuangan yang kuat. Kedua faktor ini dapat secara konsisten menambah dan menguatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh berupa angka. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diunduh dari *website* idx (www.idx.co.id) atau *website* resmi masing-masing perusahaan, berupa laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan sektor pertambangan selama periode 2022-2024. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2022-2024, sebanyak 109 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *puposive sampling* dengan kriteria perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2022-2024, perusahaan sektor pertambangan yang mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan secara lengkap, perusahaan sektor pertambangan yang memiliki pengungkapan *corporate social responsibility* berdasarkan indeks GRI. Diperoleh 22 perusahaan sampel yang memenuhi kriteria tersebut selama 3 tahun, sehingga totalnya mencapai 66 observasi.

Pengukuran *corporate social responsibility* dalam penelitian ini mengikuti pada laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh berbagai perusahaan. Indeks *coprorate social reponsibility* didasarkan pada pedoman GRI 2021, ada 117 item yang harus diungkapkan dan setiap item pengungkapan diberi nilai “1” jika diungkapkan dan “0” untuk setiap item yang tidak diungkapkan. *Corporate social responsibility*

dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: Corporate Social Responsibility Indeks perusahaan

$\sum X_{ij}$: Dummy variabel 1 jika item diungkapkan; 0 jika item tidak diungkapkan

N_j : jumlah item pengungkapan CSR perusahaan j

Profitabilitas diukur menggunakan ROA karena dianggap paling mampu untuk menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam mengelola semua aset yang dimilikinya untuk memperoleh laba (Hanafi & Halim, 2016). Rumus untuk menghitung profitabilitas adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Nilai perusahaan diukur menggunakan *price to book value* (PBV) karena rasio ini mencerminkan nilai intrinsik perusahaan dan sering digunakan oleh investor untuk membuat keputusan (Prayoga & Asnahwati, 2025). Rumus untuk mengukur nilai perusahaan yaitu sebagai berikut :

$$PBV = \frac{PS}{BVS}$$

Keterangan :

PS : Price share (harga saham)

BVS : Book value share (nilai buku per lembar saham)

Teknik analisis data pada studi ini menggunakan analisis regresi data panel, yang menggabungkan data scross section dan data time series, di mana unit cross section yang sama diukur pada waktu yang berbeda dengan menggunakan perangkat lunak *E-Views 12*. Tahap analisis data meliputi uji statistik deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian, selanjutnya dilakukan pemilihan model data panel melalui uji Chow untuk menentukan model terbaik antara *fixed effect model* (FEM) dengan *common effect model* (CEM). Jika hasilnya menunjukkan bahwa nilai probabilitas < 0,05 maka model FEM adalah model terbaik untuk digunakan. Namun, jika hasilnya menunjukkan bahwa nilai probabilitas > 0,05, maka model CEM adalah model terbaik untuk digunakan, dan analisis dilanjutkan menggunakan uji Hausman.

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model *fixed effect model* (FEM) dengan *random effect model* (REM). Jika hasil menunjukkan bahwa nilai probabilitas < 0,05 maka model yang terpilih adalah FEM. Sedangkan apabila hasil menunjukkan nilai probabilitas > 0,05 maka model REM adalah

model terbaik yang digunakan. Apabila dari hasil uji Chow dan uji Hausman model terbaik yang terpilih adalah FEM, maka tidak perlu dilakukan uji *Lagrange Multiplier* (LM), namun jika model yang terpilih adalah FEM dan REM maka perlu dilakukan uji LM. Uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk menentukan model terbaik antara *common effect model* (CEM) dengan *random effect model* (REM), jika hasilnya menunjukkan bahwa nilai probabilitas $< 0,05$ maka model REM adalah model terbaik untuk digunakan. Namun, jika hasilnya menunjukkan bahwa nilai probabilitas $> 0,05$, maka model CEM adalah model terbaik untuk digunakan.

Uji hipotesis menggunakan uji t (parsial) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan kriteria tingkat signifikansi $< 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selanjutnya, uji F (simultan) digunakan untuk menentukan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ menunjukkan pengaruh simultan yang signifikan, kemudian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, semakin tinggi nilai R^2 , semakin tinggi pula kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Selanjutnya penyusunan persamaan regresi data panel sebagai dasar interpretasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 4. Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2
Mean	0.405800	69308.55	9.350303
Median	0.306748	71367.50	7.210000
Maximum	2.833614	100000.0	61.63000
Minimum	-1.462851	13675.00	-14.63000
Std. Dev.	0.855914	23900.11	12.67823
Skewness	0.340949	-0.528647	1.497656
Kurtosis	3.263380	2.370380	6.431701
Jarque-Bera	1.469474	4.164303	57.05827
Probability	0.479632	0.124662	0.000000
Sum	26.78278	4574364.	617.1200
Sum Sq. Dev.	47.61825	3.71E+10	10447.94
Observations	66	66	66

Sumber: Data olahan (2026)

Pada tabel 4 diatas, terlihat bahwa variabel Y memiliki nilai rata-rata 0,405800 dan hasil normalitas menunjukkan data berdistribusi normal . Sedangkan variabel X1 menunjukkan nilai rata-rata sebesar 69308,55, hasil normalitas juga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Sementara itu, variabel X2 memiliki nilai rata-rata sebesar 9,350303 namun hasil normalitas menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Kondisi ini disebabkan oleh perbedaan tingkat profitabilitas yang signifikan antara perusahaan sampel, yang ditunjukkan oleh nilai minimum -14,63000 dan nilai maksimum 61,63000.

Pemilihan Model Estimasi Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel dilakukan melalui uji chow, uji hausman, dan uji lagrange Multiplier untuk menentukan mana yang paling tepat dan sesuai digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.747757	(21,42)	0.0000
Cross-section Chi-square	97.392907	21	0.0000

Sumber: Data Olahan (2026)

Hasil Uji Chow menunjukkan bahwa nilai *probability* sebesar $0,0000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, model estimasi yang tepat berdasarkan hasil uji chow adalah *fixed effect model* (FEM).

Tabel 6. Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.057103	2	0.5895

Sumber: Data Olahan (2026)

Hasil uji hausman menunjukkan nilai *probability* sebesar $0,5895 > 0,05$. Karena nilai *probability* lebih besar dari taraf signifikansi, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian, model estimasi yang paling tepat berdasarkan uji hausman adalah *random effect model* (REM).

Tabel 7. Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	27.44697 (0.0000)	1.115683 (0.2908)	28.56265 (0.0000)

Sumber : Data Olahan (2026)

Hasil uji lagrange multiplier menunjukkan nilai Breusch-Pagan sebesar $0,0000 < 0,05$ yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi, hal ini menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, model estimasi yang tepat berdasarkan uji lagrange multiplier adalah *random effect model* (REM). Dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji chow, uji hausman, dan uji lagrange multiplier maka model terbaik yang terpilih dalam penelitian ini adalah *random effect model* (REM).

Persamaan regresi data panel yang terbentuk pada model *random effect model* yaitu sebagai berikut:

$$Y = 1,034645 - 0,00000115 X_1 + 0,018184 X_2 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,034645 yang artinya jika corporate social responsibility dan profitabilitas bernilai konstan atau 0 maka *price to book value* adalah sebesar 1,03645. Variabel corporate social responsibility sebesar 0,00000115 memiliki arah hubungan negatif yang berarti kenaikan satu satuan dari corporate social responsibility maka *price to book value*

akan turun sebesar 0,00000115. Variabel *return on assets* sebesar 0,018184 bernilai positif (searah) yang berarti kenaikan satu satuan dari *return on assets* maka *price to book value* akan naik sebesar 0,018184.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Tabel 8. Uji t (parsial)

Variabel	Coeffisient	Std.Error	t-Statistic	Prob
C	1.034645	0.412864	2.506021	0.0148
X1	-1.15E-05	5.33E-06	-2.163708	0.0343
X2	0.018184	0.009300	1.955209	0.0550

Sumber : Data Olahan (2026)

Hasil uji t diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel CSR memperoleh nilai sebesar 2,163708 dengan t_{tabel} yaitu 2,001717 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,0343 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel profitabilitas memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,955209 < t_{tabel}$ yaitu sebesar 2,001717 dan nilai signifikansi sebesar $0,0550 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI.

Tabel 9. Uji F (simultan)

F-statistic	4.362250	Durbin-Watson stat	1.178603
Prob(F-statistic)	0.016815		

Sumber : Data Olahan (2026)

Berdasarkan hasil uji F diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4,362250 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,142809 dan nilai signifikansi $0,016815 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel Corporate Social Responsibility dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

Tabel 10. Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.121639	Mean dependent var	0.149462
Adjusted R-squared	0.093755	S.D. dependent var	0.502102

Sumber : Data Olahan (2026)

Hasil pengujian koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R-squared sebesar 0,093755. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dan profitabilitas menjelaskan bahwa variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 9,38% sedangkan sisanya 90,62% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan, hal ini dapat dilihat pada uji t yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,0343 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,163708 > 2,001717$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Anggraini dkk., 2024) dan (Angraini & Murtanto, 2023) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika upaya *corporate social responsibility* suatu perusahaan meningkat, persepsi investor terhadap perusahaan tersebut juga akan meningkat, sehingga meningkatkan nilainya. Ini relevan dengan sektor pertambangan yang memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, investor harus memprioritaskan inisiatif CSR ketika menilai suatu perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis disimpulkan bahwa variabel profitabilitas pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini dapat dilihat pada uji t yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,0550 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,955209 < 2,001717$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu dkk., 2025) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan (Silvia & Dewi, 2022) juga menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, karena investor dapat berasumsi bahwa perusahaan menggunakan keuntungannya untuk kegiatan operasional dan tidak selalu memberikannya dalam bentuk dividen akibatnya, investor tidak mempertimbangkan profitabilitas saat membeli saham. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Doaly dkk., 2025) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan, hal ini dapat dilihat pada uji F yang mendapatkan hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $4,362250 > 3,142809$ dengan nilai signifikansi $0,016815 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Lubis & Nurwani, 2024) yang menyatakan bahwa CSR dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. CSR dan Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang terlibat dalam kegiatan tanggungjawab sosial sebagai salah satu bentuk keterlibatan bisnis dengan lingkungan dan masyarakat. Perusahaan menyadari bahwa kegiatan operasionalnya dapat

berdampak negatif pada lingkungan serta masyarakat di sekitarnya. Namun, meski perusahaan membayar program CSR, hal ini akan ditentukan oleh keuntungan yang akan diterima perusahaan. Seiring meningkatnya profitabilitas, dan jumlah informasi di media sosial maka bisa berpotensi mendongkrak reputasi dan nilai perusahaan. Pernyataan ini juga didukung oleh (Zulaika & Sihombing, 2020) yang menyatakan bahwa variabel CSR dan profitabilitas yang diprosikan dengan ROE dan ROI secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada 2022-2024, dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas yang di proksikan dengan *return on assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara secara simultan variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel, yang digunakan hanya *corporate social responsibility* dan profitabilitas, padahal ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatihah, M. D. A., Kartini, T., & Nurmilah, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(1), 200–213. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i1.104>
- Andiana, B. D. L. (2023). Corporate Social Responsibility Sebagai Pemediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2271–2283. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.6087>
- Angraini, A., Istiqomah, J. N., & Ayuni Viana, I. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 665–673. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i3.694>
- Angraini, B. & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Dentika, L., Djabir, M., & Teri. (2022). *Menyelidik Nilai Perusahaan*. Pustaka Aksara.
- Doaly, D. L., Herlambang, & Yusuf. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2).
- Gama, A. W. S., Mitariani, N. W. E., & Widnyani, N. M. (2024). *Kumpulan Teori Bisnis: Perspektif Keuangan, Bisnis, dan Strategik*. Nilacakra.

- Hanafi, M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Kelima). UPP STIM YKPN.
- Khoyyimah, Suhardiyah, M., & Kurnia Firdausia, Y. (2021). Pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara di BEI Tahun 2015-2018. *Journal of Sustainability Business Research*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.36456/jsbr.v2i2.4166>
- Lubis, N. A., & Nurwani, N. (2024). Pengaruh CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(3), 751–757. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v4i3.4268>
- Mu'az, K., & Sutanti. (2026). Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(3), 393–405. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i3.2554>
- Muhlis, M., & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–198. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.559>
- Prayoga, M. N., & Asnahwati. (2025). Pengaruh Enviromental, Social, Governance (ESG) Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2023. *Jurnal Eko-Bisma*, 4(2), 374–387.
- Putri, A. S., & Miftah, D. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Current: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, 2(2), 259–277. <https://doi.org/10.31258/jc.2.2.259-277>
- Rahayu, N. E., Primasiwi, A., & Ibrahim, R. (2025). *Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Terindeks LQ45 Periode 2022-2024*. 2(2).
- Setyawan, I. R., & Situmorang, G. M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan kewirausahaan*, 8(3), 645–656. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30225>
- Silvia, S., & Dewi, S. P. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 4(1), 310–317.
- Sumarna, A. D., & Muzakir, W. P. (2022). Non-Financial Factors Affecting Financial Performance in Indonesian Ncsr Award Recipient Companies. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(1), 01–20. <https://doi.org/10.20473/baki.v1i1.26445>
- Wilfridus, B., & Susanto, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3(3), 975–983.
- Yeni, F., Hady, H., & Elfiswandi, E. (2024). *Nilai Perusahaan Berdasarkan Determinan Kinerja Keuangan*. Intelektual Manifes Media.
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*, 2(2), 135–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jaga.v2i2.27>