

Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022

Muhamad Dani Alif Alfatihah, Tina Kartini, Risma Nurmilah

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah
Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia.

muhamaddanialifalfatihah@gmail.com, tinakartini386@ummi.ac.id,
risma@ummi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility and intellectual capital on the company's financial performance. The variables used in this study are the Effects of Profitability and Corporate Social Responsibility on Company Value Study of Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018 – 2022 period. This research was conducted using a quantitative method with an associative approach. The population in this study is the annual reports of mining companies listed on the Indonesian stock exchange 2018-2022 of 10 companies and a sample of 50 company annual reports is taken. In this research, the sample was taken using purposive sampling technique. Data collection techniques using secondary data. The data analysis technique used is descriptive statistical test, classical assumption test, multiple linear analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate: the independent variables are profitability and corporate social responsibility while the dependent variable is company value. The results of this study indicate that profitability influences firm value, corporate social responsibility variable has a significant effect on firm value. Profitability and corporate social responsibility have a simultaneous effect on company value. So it can be concluded that profitability and corporate social responsibility has an effect of only 37.9% on company value and the rest is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords : profitability, corporate social responsibility, corporate value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility dan intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2018-2022 sebanyak 10 perusahaan dan diambil sampel sebanyak 50 laporan tahunan perusahaan. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan: variabel independen yaitu profitabilitas dan corporate social responsibility sedangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan corporate social responsibility berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan Profitabilitas dan Corporate social

responsibility berpengaruh hanya sebesar 37,9% terhadap nilai perusahaan dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: profitabilitas, corporate social responsibility, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini semakin pesat dengan adanya peningkatan jumlah perusahaan baru yang bermunculan, yang pada gilirannya menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk memiliki keseimbangan informasi yang tepat dan memadai guna mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks. Transparansi dalam mengungkapkan informasi perusahaan menjadi tuntutan utama dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis ini (Rianza 2019).

Tujuan utama perusahaan pada dasarnya adalah memperoleh laba yang maksimal. Namun, perolehan laba saja tidak cukup untuk menjaga keberlanjutan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan memiliki tujuan lain, yaitu meningkatkan nilai perusahaan dengan memaksimalkan profitabilitas, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan nilai perusahaan (Rianza 2019). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba bagi para investor, dan dianggap sebagai indikator penting dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan (Rizaldi et al. 2019).

Selain profitabilitas, tanggung jawab sosial korporat atau CSR juga memiliki peran penting dalam peningkatan nilai perusahaan. Melalui program CSR, perusahaan dapat membangun hubungan baik dengan para pemangku kepentingan (stakeholder) seperti pemegang saham, konsumen, karyawan, kompetitor, pemerintah, dan publik lainnya. Penerapan CSR dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dan masyarakat pada umumnya, karena mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial di sekitarnya, sehingga perusahaan memperoleh citra positif di mata masyarakat dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap keberlanjutan perusahaan ((Rosyada & Astrina, 2018).

Namun, tidak jarang terjadi fenomena kegagalan dalam implementasi CSR, yang dapat berakibat pada kerusakan lingkungan dan dampak negatif bagi perusahaan dan masyarakat. Kasus-kasus seperti itu menimbulkan perhatian pada pentingnya penerapan pengungkapan CSR yang tepat. Fenomena pencemaran lingkungan dan eksploitasi sumber daya alam menambah urgensi perusahaan untuk mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan dalam praktik bisnisnya (Holyfil & Ekadjaja, 2021).

Dalam era bisnis saat ini, perusahaan tidak hanya diwajibkan untuk terus berinovasi agar tetap bertahan, tetapi juga harus memperhatikan citra perusahaan di mata investor dan masyarakat. Peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan jangka panjang yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, karena nilai

perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja yang baik dan diharapkan dapat meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham (Ayu & Suarjaya 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Peneliti akan menganalisis bagaimana profitabilitas dan CSR mempengaruhi nilai perusahaan pada industri pertambangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman yang lebih dalam bagi perusahaan dan pemangku kepentingan dalam mempertimbangkan aspek profitabilitas dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

METODE

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan pertambangan serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan, yaitu profitabilitas, corporate social responsibility (CSR), dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif berlandaskan filsafat positivisme. Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma ganda dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2022. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria perusahaan pertambangan yang berfokus pada besi dan baja. Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 10 perusahaan pertambangan yang diambil sebagai sampel dari total 64 perusahaan dalam populasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dari sumber pribadi dan kelembagaan. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari laporan tahunan perusahaan. Data yang dikumpulkan mencakup variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan. Data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan statistik parametrik. Uji statistik deskriptif akan digunakan untuk memberikan gambaran tentang data yang telah terkumpul, seperti rata-rata, median, dan sebaran data. Selanjutnya, uji asumsi klasik akan dilakukan untuk memeriksa apakah data memenuhi asumsi regresi linier berganda, termasuk uji normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Analisis regresi linier berganda akan dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel-variabel independen (profitabilitas dan CSR) dengan variabel dependen (nilai perusahaan). Hasil analisis regresi akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji t dan uji F akan digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individual dan bersama-sama terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) akan dihitung untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Perkembangan *Return on Assets* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022

No	Kode Emiten	ROA (%)					Rata-rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	BAJA	0,06021	0,03412	0,02114	0,02411	0,021	0,032116
2	BTON	0,0528	0,02104	0,03611	0,00104	0,026	0,027398
3	CTBN	0,05893	0,0433	0,04646	0,0233	0,026	0,039598
4	GDST	0,22154	0,2159	0,2713	0,2153	0,1711	0,219028
5	GGRP	0,03181	0,03011	0,0239	0,0301	0,0232	0,027824
6	HKMU	0,17322	0,11267	0,42018	0,1116	0,20013	0,20356
7	ISSP	0,10463	0,02265	0,18531	0,02231	0,13031	0,093042
8	KRAS	0,05553	0,1151	0,32704	0,1132	0,21702	0,165578
9	LMSH	0,02502	0,1109	0,21238	0,1101	0,1123	0,11414
10	OPMS	0,14321	0,12094	0,29021	0,1109	0,1302	0,159092
	Rata-rata	0,09269	0,082673	0,183403	0,076196	0,105726	0,1081376

Sumber: IDX, data diolah penulis 2023

Pada tahun 2018-2022 perusahaan pertambangan mengalami fluktuatif dengan penurunan dan kenaikan yang tidak menentu. Adapun rata-rata ROA dari tahun 2018-2022 sebesar 10%. Dari data tersebut dapat disimpulkan semakin tinggi ROA perusahaan semakin baik perusahaan dalam mengelola keuntungan yang didapat.

Tabel 2. Perkembangan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022

No	Kode Emiten	Corporate Social Responsibility					Rata-rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	BAJA	61	60	62	59	60	60
2	BTON	60	58	48	49	49	53
3	CTBN	48	47	45	46	47	47
4	GDST	54	56	57	57	58	56
5	GGRP	53	52	51	50	52	52
6	HKMU	50	59	59	59	59	57
7	ISSP	51	52	53	54	55	53
8	KRAS	60	59	57	56	59	58
9	LMSH	55	54	53	52	55	54
10	OPMS	56	55	54	53	56	55
	Rata-rata	55	55	54	54	55	54

Sumber: IDX, data diolah penulis 2023

Pada tahun 2018-2022 perusahaan pertambangan mengalami fluktuatif dengan penurunan dan kenaikan yang tidak menentu. Adapun rata-rata *Corporate Social Responsibility* dari tahun 2018-2022 sebesar 54. Semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* maka memiliki reputasi yang lebih baik di mata masyarakat. Praktik tanggung jawab sosial yang kuat dapat memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta mendapatkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat.

Tabel 3. Perkembangan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022

No	Kode Emiten	Nilai Perusahaan					Rata-rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	BAJA	2,50	2,11	3,60	2,50	1,99	2,54
2	BTON	0,07	0,05	0,06	0,09	0,04	0,06
3	CTBN	0,25	0,22	0,20	0,21	0,50	0,28
4	GDST	0,26	0,30	0,28	0,30	0,33	0,29
5	GGRP	0,04	0,03	0,04	0,06	0,50	0,13
6	HKMU	0,51	0,45	1,10	1,07	1,06	0,84
7	ISSP	0,60	0,63	0,61	0,55	0,44	0,57
8	KRAS	8,11	5,80	4,88	4,90	4,20	5,58
9	LMSH	1,70	1,58	1,50	1,80	1,66	1,65
10	OPMS	1,60	1,68	2,06	2,04	2,01	1,88
	Rata-rata	1,56	1,29	1,43	1,35	1,27	1,38

Sumber: IDX, data diolah penulis 2023

Pada tahun 2018-2022 perusahaan pertambangan mengalami fluktuatif dengan penurunan dan kenaikan yang tidak menentu. Adapun rata-rata Nilai Perusahaan dari tahun 2018-2022 sebesar 1,38. Semakin tinggi nilai perusahaan maka menunjukkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Investor cenderung melihat perusahaan dengan nilai tinggi sebagai investasi yang menjanjikan dan memiliki potensi untuk memberikan imbal hasil yang baik.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	10	10.04	420.18	1081.3000	752.91390
Corporate Social Responsibility	10	47.00	62.00	54.5000	3.62859
Nilai Perusahaan	10	3.00	8.11	138.2000	169.83377
Valid N (listwise)	10				

Sumber: IBM SPSS Statistic versi 25, Data diolah penulis 2023

Berdasarkan hasil uji deskriptif, distribusi data dapat digambarkan sebagai berikut:

Variabel profitabilitas (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1081 dengan standar deviasi sebesar 752,91390. Standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data memiliki variasi yang besar. Nilai minimum terdapat pada kode emiten BTON pada tahun 2021 dengan nilai 10,04. Sedangkan nilai maksimum terdapat pada kode emiten HKMU pada tahun 2020 dengan nilai 420,18.

Variabel Corporate Social Responsibility (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 54,500 dengan standar deviasi sebesar 3,62859. Standar deviasi yang lebih besar

dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data memiliki variasi yang besar. Nilai minimum terdapat pada kode emiten CTBN pada tahun 2020 dengan nilai 47,00. Sedangkan nilai maksimum terdapat pada kode emiten BAJA pada tahun 2020 dengan nilai 62,00.

Variabel nilai perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 138 dengan standar deviasi sebesar 169,83377. Standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data memiliki variasi yang besar. Nilai minimum terdapat pada kode emiten GGRP pada tahun 2019 dengan nilai 0,03. Sedangkan nilai maksimum terdapat pada kode emiten KRAS pada tahun 2018 dengan nilai 8,11.

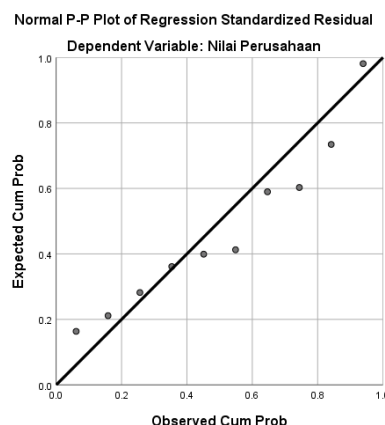
Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	136.99271807
Most Extreme Differences	Absolute	.199
	Positive	.199
	Negative	-.133
Test Statistic		.199
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

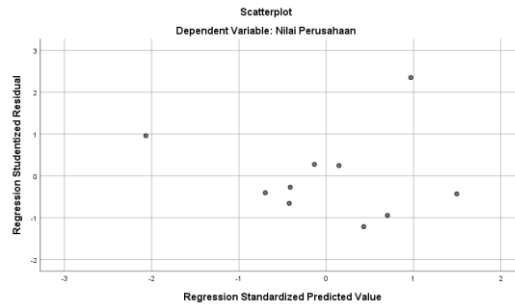
a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: IBM SPSS Statistic versi 26

Data diolah penulis 2023 Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai kolmogrov Smirnov sebesar 0,172 dengan signifikansi 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan grafik P-plot dengan menggunakan SPSS 26 for windows.



Gambar 1. Grafik P-plot



Gambar 2. Grafik Scatterplot Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan gambar grafik scatterplot di atas menunjukkan bahwa data tersebut menyebar secara acak dengan pola yang tidak menentu atau tidak jelas ada yang titik-titik diatas dan titik-titik dibawah 0 pada sumbu Y ini artinya tidak terjadi heterokedasitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta							
1	(Constant)	1363.134	832.469			-1.637	.146		
	Profitabilitas	.002	.076	.007		2.821	.000	.811	1.233
	Corporate Social Responsibility	27.515	15.846	.588		3.736	.000	.811	1.233

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa perhitungan nilai tolerance pada $> 0,10$ serta pada hasil perhitungan variance inflation factor (VIF) menunjukkan nilai < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel dalam model penelitian ini.

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta							
1	(Constant)	1363.134	832.469			-1.637	.146		
	Profitabilitas	.002	.076	.007		2.821	.000	.811	1.233
	Corporate Social Responsibility	27.515	15.846	.588		3.736	.000	.811	1.233

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Summer: IBM SPSS Statistic versi 25, data diolah penulis 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk pengujian analisis regresi linear berganda antara *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* terhadap *Return On Asset* maka menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 1363.134 + 0.002 X_1 + 27.515 X_2 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda dapat dijelaskan bahwa:

a = konstanta sebesar 1363.134 apabila semua variable independent dianggap normal maka tingkat Nilai Perusahaan sebesar 1363.134

b1 sebesar 0,002 apabila nilai Profitabilitas meningkat satu, maka tingkat ROA atau *Return On Asset* naik sebesar 0,002

b2 sebesar 27.515 apabila nilai *Corporate Social Responsibility* meningkat satu, maka tingkat *Corporate Social Responsibility* naik sebesar 27.515.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	1363.134		-1.637	.146			
Profitabilitas	.002	.007	2.821	.000	.811	1.233	
Corporate Social Responsibility	27.515	.588	3.736	.000	.811	1.233	

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: IBM SPSS Statistic versi 25, data diolah penulis 2023

Berdasarkan tabel uji t dengan kriteria pengujian, taraf signifikan, diperoleh t tabel yaitu 2.306. Tabel t menunjukkan bahwa t hitung dari profitabilitas sebesar 2,821 dengan tingkat signifikan 0,000 dan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai t hitung sebesar 3,736 dan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas $2,821 > 2,306$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan *Corporate Social Responsibility* $3,736 > 2,306$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90688.557	2	45344.278	29.879	.000 ^b
	Residual	168903.043	7	24129.006		
	Total	259591.600	9			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility , Profitabilitas

Berdasarkan uji f diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi = 0,05 dengan f tabel sebesar 4,35 maka f hitung sebesar 29,879 > dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan variabel profitabilitas dan Corporate Social Responsibility simultan berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	.379	.202	151.73578

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility , Profitabilitas

Sumber: IBM SPSS Statistic versi 25, data diolah penulis 2023

Nilai R *Square* sebesar 0,379 atau 37,9%. Ini menunjukkan bahwa kedua variabel Profitabilitas (X_1) dan *Corporate Social Responsibility* (X_2) Terhadap Nilai Perusahaan dan untuk sisanya yaitu sebesar 62.1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan spss menggunakan t hitung 2,821 dan sig 0,00 < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selaras dengan yang dikemukakan oleh (Kasmir, 2018) tentang teori profitabilitas yang dimana dalam penelitian ini menggunakan ROA, *Return on Asset* merupakan kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Return on Asset merupakan keuntungan dari aktiva emiten dan digunakan untuk operasional emiten. Semakin besar angka ROA, maka keuntungan emiten semakin baik. Return on Asset yaitu gambaran mengenai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan jumlah seluruh aktiva emiten tersebut. Penilaian terhadap kemampuasn perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sangat penting untuk pemodal yang akan melakukan transaksi pembelian saham.

Hasil ini sejalan dengan (Holyfil & Ekadjaja, 2021) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena:

Pertumbuhan perusahaan: Profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang konsisten dari operasinya. Hal ini mencerminkan kualitas manajemen perusahaan dan kemampuannya untuk mengelola sumber daya dengan efisien. Investor cenderung memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang mampu tumbuh secara berkelanjutan.

Kepercayaan investor: Profitabilitas yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan yang memiliki catatan keuangan yang kuat dan mampu menghasilkan laba yang stabil. Hal ini dapat meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan dan secara langsung mempengaruhi nilai pasar perusahaan.

Nilai intrinsik perusahaan: Profitabilitas juga mempengaruhi penilaian intrinsik perusahaan. Metode penilaian seperti discounted cash flow (DCF) dan earnings multiples mempertimbangkan laba yang diharapkan di masa depan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin tinggi pula estimasi laba di masa depan, yang pada gilirannya meningkatkan nilai intrinsik perusahaan.

Daya tarik bagi pemegang saham: Keuntungan yang tinggi memberikan manfaat kepada pemegang saham, baik melalui dividen yang lebih tinggi atau pertumbuhan modal. Hal ini membuat perusahaan menjadi lebih menarik bagi pemegang saham, yang dapat mendorong kenaikan harga saham dan nilai pasar perusahaan.

Akses ke modal: Perusahaan dengan profitabilitas yang baik cenderung lebih mudah mengakses modal tambahan melalui pinjaman atau penerbitan saham baru. Institusi keuangan dan investor akan lebih bersedia memberikan dana kepada perusahaan yang memiliki catatan keuangan yang sehat, yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk melakukan ekspansi atau investasi yang menguntungkan.

Secara keseluruhan, profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan menarik bagi para investor. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi dan penilaian terhadap perusahaan, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia

Sejalan dengan *Stakeholder theory*, atau teori pemangku kepentingan, adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk menganalisis dan memahami hubungan antara organisasi dan berbagai pemangku kepentingannya, Teori ini berpendapat bahwa organisasi tidak hanya memiliki tanggung jawab terhadap pemegang saham atau pemiliknya, tetapi juga kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan yang terlibat atau terpengaruh oleh kegiatan organisasi tersebut (Mujibno & Saleh, 2020). Dengan menerapkan *stakeholder theory* dalam penyusunan laporan keuangan, organisasi dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingannya, membangun kepercayaan, dan meningkatkan pemahaman tentang nilai yang diciptakan dan dampak perusahaan terhadap berbagai pemangku kepentingan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan spss menggunakan t hitung 3,736 dan sig 0,00 < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya secara parsial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas.

Hasil ini sejalan dengan (Kristanti, 2020) bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena:

Reputasi perusahaan: Melalui praktik CSR yang baik, perusahaan dapat membangun reputasi yang positif di mata masyarakat. Tindakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang transparan dan berkelanjutan dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Reputasi yang baik dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya, serta mempengaruhi persepsi dan kepercayaan terhadap perusahaan.

Daya tarik bagi talenta dan karyawan: Perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai sosial dan lingkungan cenderung lebih menarik bagi talenta dan karyawan. Individu yang peduli dengan isu-isu sosial dan lingkungan seringkali tertarik untuk bekerja di perusahaan yang berkomitmen terhadap CSR. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan karyawan berkualitas tinggi, yang pada gilirannya dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan.

Kepuasan pelanggan: Konsumen semakin menyadari pentingnya praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Perusahaan yang terlibat dalam CSR yang positif dan terukur dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Konsumen cenderung memilih produk atau layanan dari perusahaan yang dianggap lebih bertanggung jawab dan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat berdampak positif terhadap penjualan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi nilai perusahaan.

Akses ke pasar dan peluang bisnis: Praktik CSR yang baik juga dapat membuka peluang bisnis baru dan akses ke pasar yang mungkin tidak terjangkau sebelumnya. Beberapa perusahaan dan konsumen lebih memilih untuk bermitra dengan perusahaan yang memiliki komitmen terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab. Sebagai contoh, ada sejumlah organisasi dan lembaga yang memberikan preferensi atau persyaratan khusus untuk menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan yang memiliki sertifikasi CSR atau standar tertentu. Dengan demikian, perusahaan yang berkomitmen terhadap CSR dapat mengakses pasar baru dan memperoleh keuntungan kompetitif.

Manajemen risiko: Praktik CSR yang baik dapat membantu perusahaan mengelola risiko bisnis yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan. Dengan memperhatikan dampak yang dihasilkan oleh operasinya, perusahaan dapat mengurangi kemungkinan terjadinya dampak negatif yang dapat merugikan reputasi dan keberlanjutan bisnis. Dalam jangka panjang, manajemen risiko yang baik dapat melindungi nilai perusahaan dan mengurangi potensi kerugian finansial.

Secara keseluruhan, praktik CSR yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi, daya tarik bagi talenta dan pelanggan, akses ke peluang bisnis, serta pengelolaan risiko yang efektif. Dengan berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, perusahaan dapat membangun fondasi yang lebih kuat untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.

Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan spss menggunakan f hitung 29,879 dan sig 0,00 < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya secara simultan profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan (Muharramah & Hakim, 2021) bahwa profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena:

Reputasi dan citra perusahaan: Baik profitabilitas maupun CSR dapat mempengaruhi reputasi dan citra perusahaan. Profitabilitas yang baik menunjukkan kinerja keuangan yang kuat dan dapat memperoleh kepercayaan dari pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, investor, dan mitra bisnis. Di sisi lain, praktik CSR yang positif mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai entitas yang peduli dan bertanggung jawab. Reputasi dan citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan para pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Daya tarik untuk pemangku kepentingan: Baik profitabilitas maupun CSR dapat membuat perusahaan lebih menarik bagi pemangku kepentingan. Investor dan pemegang saham cenderung tertarik pada perusahaan dengan profitabilitas yang stabil dan berkelanjutan, karena ini menunjukkan potensi keuntungan jangka panjang. Selain itu, para pemangku kepentingan yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan juga dapat tertarik pada perusahaan yang menerapkan praktik CSR yang positif. Dengan menarik minat dan dukungan pemangku kepentingan, perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui faktor-faktor seperti peningkatan harga saham, pertumbuhan bisnis, atau dukungan keberlanjutan jangka panjang.

Inovasi dan peluang bisnis: Kombinasi antara profitabilitas dan CSR dapat menciptakan peluang bisnis baru dan mendorong inovasi. Praktik CSR yang baik dapat mendorong perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan sosial dan lingkungan yang dapat dipecahkan melalui produk atau layanan baru. Inovasi ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan, memperluas pangsa pasar, dan menghasilkan keuntungan tambahan. Dengan demikian, profitabilitas yang dihasilkan dari inovasi yang didorong oleh CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Manajemen risiko dan keberlanjutan jangka panjang: Kombinasi antara profitabilitas dan CSR juga dapat membantu perusahaan mengelola risiko dan memastikan keberlanjutan jangka panjang. Manajemen risiko yang baik melibatkan penilaian dan pengelolaan risiko finansial, sosial, dan lingkungan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam pengambilan keputusan bisnis, perusahaan dapat menghindari dampak negatif dan risiko reputasi yang dapat

merugikan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan yang menerapkan praktik CSR yang baik juga cenderung lebih siap menghadapi perubahan regulasi, perkembangan sosial, dan tekanan dari pemangku kepentingan.

Secara keseluruhan, profitabilitas dan CSR saling berhubungan dan berkontribusi terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang baik mencerminkan kinerja keuangan yang kuat, sementara CSR yang positif memperkuat reputasi perusahaan, mempengaruhi minat pemangku kepentingan, mendorong inovasi, dan mengelola risiko. Kedua faktor ini dapat saling memperkuat dan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

PENUTUP

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 dengan hasil uji t $2,821 > 2,306$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 dengan hasil uji t $3,736 > 2,306$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Profitabilitas dan Corporate social responsibility berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022 dengan hasil uji F bahwa nilai signifikansi = $0,05$ dengan f tabel sebesar $4,35$ maka f hitung sebesar $29,879 >$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

DAFTAR RUJUKAN

- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel mediasi pada perusahaan pertambangan. In E-Jurnal Manajemen Unud. ojs.unud.ac.id.
- Holyfil, D., & Ekadjaja, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Paradigma Akuntansi.
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Raja Grafindo Persada.
- Kristanti, N. (2020). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Global Financial Accounting Journal.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Prosiding Seminar Nasional
- Mujibno, M., & Saleh, M. S. S. (2020). Konsep Corporeta Social Responsibility Pegadaian Syariah Dalam Membantu Kemaslahatan Umat Islam. Dirosat: Journal of Islamic Studies.
- Rianza, F. V. (2019). THE EFFECT OF LIQUIDITY, SOLVENCY AND MANAGERIAL OWNERSHIP ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE.

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 3 Nomor 1 (2024) 1-14 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i1.174

Rizaldi, I. P. A., Mendra, N. P. Y., & ... (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. Juara: Jurnal Riset

Rosyada, A., & Astrina, F. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Akuntabilitas.