

Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Batubara di BEI Tahun 2020-2024

¹ Ulpa Sari Yantika,² Yulitiawati, ³Eka Meiliya Dona

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Akuntansi, Universitas Baturaja

*e-mail korespondensi penulis: ulpasariyantika10@gmail.com

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Profitabilitas, CSR, Firm value, Coal companies, Stakeholders</p>	<p><i>This study aims to analyze the effect of profitability and corporate social responsibility (CSR) on firm value in coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020-2024 period. This study is motivated by fluctuations in profitability and increased CSR disclosure that have not been followed by an increase in firm value. The research method uses a quantitative approach with secondary data in the form of annual reports and sustainability reports. The research sample was obtained through purposive sampling of 8 companies with a total of 40 observation data. Data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS. The results show that profitability has an effect on firm value, while CSR has no partial effect. This study indicates that investors consider the company's ability to generate profits more than CSR disclosure. This study also provides an empirical contribution regarding the effectiveness of improving financial performance and CSR implementation in the coal mining sector post-pandemic as one of the factors that have the potential to influence firm value.</i></p>
Info Artikel	Abstrak
<p>Kata Kunci: Profitabilitas, CSR, Nilai Perusahaan, Perusahaan Batubara, <i>Stakeholder</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas dan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sektor batubara yang terdaftar di BEI periode 2020-2024. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi profitabilitas dan peningkatan pengungkapan CSR yang belum diikuti peningkatan nilai perusahaan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan berkelanjutan. Sampel penelitian diperoleh melalui <i>purposive sampling</i> sebanyak 8 perusahaan dengan total 40 data observasi. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR tidak berpengaruh secara parsial. Penelitian ini menunjukkan bahwa investor lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan pengungkapan CSR. Penelitian ini juga memberikan kontribusi empiris mengenai efektivitas dalam meningkatkan kinerja keuangan dan implementasi CSR pada sektor pertambangan batubara pasca pandemi sebagai salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan.</p>

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang dinamis dan penuh tantangan, setiap perusahaan dituntut untuk secara berkelanjutan memperkuat daya saingnya agar tetap relevan dan unggul. Pendirian sebuah perusahaan idealnya didasari oleh visi yang jelas, dengan tujuan-tujuan spesifik yang dapat diukur secara efektif. Tujuan utama perusahaan mencapai keuntungan yang maksimal,

meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dan pemilik perusahaan serta meningkatkan nilai perusahaan, yang berdampak langsung pada harga saham (Anggreni et al., 2022).

Houston & Brigham (2018) dalam Fitriana (2024) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagaimana pasar menilai suatu perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan bisa diukur dari harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham menandakan nilai perusahaan yang semakin meningkat, maka kepercayaan investor terhadap perusahaan akan ikut meningkat. Salah satu indikator untuk menilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak dimasa mendatang, adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan secara berkelanjutan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak hanya mencerminkan efisiensi operasional, tetapi juga menunjukkan strategi pengelolaan sumber daya yang efektif, seperti alokasi modal yang tepat serta pemanfaatan aset secara maksimal. Profitabilitas yang mengalami peningkatan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga hal tersebut dapat dijadikan sinyal bagi perusahaan untuk menarik para pemilik modal agar dapat berinvestasi di perusahaannya (Dewi & Abundanti, 2019) dalam (Dewi & Yasa, 2023).

Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi faktor pelengkap yang krusial dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat di luar kepentingan bisnisnya. Di Indonesia ketentuan CSR termuat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) membahas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas hanya dapat dilaksanakan oleh perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam, sementara dalam Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU Penmod) menjelaskan bahwa setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Irmalasari et al., 2022).

Untuk mengukur dan mengungkapkan pelaksanaan CSR secara transparan banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dengan berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau disebut dengan 91 indeks pengungkapan CSR, informasi mengenai CSR berdasarkan GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan (Kumala & Priantilianingtiasari, 2024). Pengungkapan CSR berdasarkan GRI membantu perusahaan dalam menyajikan informasi yang sistematis dan dapat dibandingkan, sehingga meningkatkan akuntabilitas dan kepercayaan para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, penerapan CSR menjadi semakin penting pada industri yang memiliki dampak lingkungan yang signifikan, seperti sektor pertambangan batubara. Sektor ini dipilih karena kegiatan operasionalnya berhubungan langsung dengan sumber daya alam yang berpotensi menimbulkan dampak terhadap lingkungan, meskipun memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian negara melalui ekspor, pajak, dan royalti.

Secara teoritis, kombinasi antara profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaan. CSR yang baik secara tidak

langsung berdampak terhadap loyalitas pelanggan sehingga nilai perusahaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen pada produknya, sehingga penjualan akan bertambah yang menyebabkan profitabilitas ikut meningkat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmantari (2021) dalam (Dewi & Yasa, 2023) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. sehingga keputusan manajemen yang mempertimbangkan kedua aspek ini dapat meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Namun demikian dalam praktiknya tidak semua perusahaan mampu menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik. Seperti yang baru-baru ini terjadi kementerian lingkungan hidup (KLH) menyegel empat perusahaan tambang yang beroperasi di Raja Ampat, Papua Barat Daya, lantaran perusahaan tambang tersebut diduga menyebabkan kerusakan lingkungan (Prihatini & Jatmiko, 2025). Selain itu, hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan ketidakkonsistenan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kumala & Priantilianingtiasari, 2024) menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Penerapan CSR tidak berpengaruh dengan nilai perusahaan karena investor tidak melihat adanya peran CSR dalam peningkatan nilai saham.

Berikut fenomena empiris pada perusahaan pertambangan sektor batubara seperti Bumi Resources Mineral Tbk (BRMS) menunjukkan peningkatan pembiayaan CSR yang sangat besar dari Rp. 2.925 pada tahun 2020 menjadi Rp. 17.512 pada tahun 2024. Meski begitu, profitabilitas yang dihasilkan perusahaan ini tidak stabil, mengalami naik turun, mulai dari 0,69% pada 2020, melonjak ke 7,12% pada 2021, lalu turun dan naik lagi di tahun-tahun berikutnya. Hal ini juga terjadi pada perusahaan TBS Energy Utama Tbk (TOBA) dimana perusahaan pada tahun 2022-2023 mengalami peningkatan pembiayaan CSR dari Rp. 1.348 menjadi Rp. 22.623, namun mengalami penurunan profitabilitas secara signifikan dari 4,04% menjadi 1,39%. Perusahaan lain seperti Dian Swastika Sentosa Tbk (DSSA) mengeluarkan biaya CSR yang sangat besar, mencapai Rp. 202.025 pada 2024, namun profitabilitas yang dihasilkan mengalami penurunan dari 28,25% pada 2023 menjadi 14,69% pada 2024. Sebaliknya, PT Adaro Energy Tbk (ADRO) mengalokasikan dana CSR yang relatif lebih stabil, dengan nilai antara Rp. 1.208.529 hingga Rp. 2.518.801 selama periode yang sama. Data tersebut diperoleh dari laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan pertambangan batubara yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Laba bersih ADRO juga menunjukkan fluktuasi, namun tetap berada pada angka positif, yang mengindikasikan profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan BRMS dan DSSA. Namun, peningkatan dari alokasi pembiayaan CSR dan fluktuasi profitabilitas tersebut tidak selalu sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan harga saham.

Penelitian ini menjelaskan fenomena teoritis dengan menggunakan teori *Stakeholder*, yang berpendapat bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban memenuhi kepentingan pemegang saham, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan operasionalnya (Kholis, 2020:34). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan memberikan informasi kepada *stakeholder* terkait aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui CSR, perusahaan berharap memperoleh dukungan *stakeholder* yang dapat meningkatkan citra, kinerja, dan daya tarik investor. Citra dan kinerja yang baik mendorong naiknya harga saham, yang mencerminkan peningkatan nilai

perusahaan (Susilowati, 2016), selain itu semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin menarik minat investor dalam menanamkan saham pada perusahaan tersebut, dengan harapan para investor mendapatkan keuntungan maka nilai perusahaan tersebut akan semakin besar (Iman et al., 2021).

Akan tetapi, kondisi di lapangan tidak selalu mencerminkan hal tersebut. Pada perusahaan pertambangan sub sektor batubara di Indonesia, peningkatan alokasi dana CSR maupun tingkat perolehan profitabilitas belum sepenuhnya diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan. Ketidaksesuaian ini mengindikasikan adanya jarak antara teori dan kenyataan, serta ketidak konsistenan hasil pada penelitian terdahulu sehingga, sangat penting untuk menganalisis secara mendalam mengenai pengaruh profitabilitas dan CSR serta bagaimana kedua variabel ini bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan dalam konteks industri pertambangan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada sektor manufaktur, penelitian ini mengkaji perusahaan batubara yang memiliki vitalitas profitabilitas tinggi serta menghadapi tekanan isu lingkungan yang lebih kompleks. Selain itu, penelitian ini menggunakan data terbaru periode 2020-2024 pasca pandemi sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih relevan mengenai kondisi terkini perusahaan. Dengan memahami hubungan ini dan menggunakan kebaruan data, perusahaan dapat mengoptimalkan alokasi dana CSR sehingga tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, melainkan mampu mendukung pencapaian kinerja keuangan yang berkelanjutan dan peningkatan nilai perusahaan.

2. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan kelompok maupun individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi, sehingga perubahan yang dapat terjadi pada lingkungan perusahaan kedalam dua kategori, yakni internal dan eksternal (Maharani & Murniati, 2024). Menurut Kholis (2020) adanya teori *stakeholder* ini suatu perusahaan diharapkan dapat memberi manfaat bagi *stakeholder*. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan adanya program tersebut perusahaan diharapkan akan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, pelanggan dan masyarakat lokal. Sehingga akan dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar tempat beroperasi.

Profitabilitas

Menurut Fitriana (2024) rasio profitabilitas merupakan rasio penilaian atau perbandingan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari pendapatan yang terkait dengan penjualan, asset dan ekuitas atas dasar pengukuran tertentu. Tingginya profitabilitas suatu perusahaan dapat menggambarkan tingginya tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang tersedia sehingga menciptakan keuntungan yang lebih besar. Kondisi ini memberikan sinyal positif kepada para pihak investor mengenai kinerja dan prospek perusahaan dimasa mendatang. Kepercayaan investor yang meningkat akan meningkatkan permintaan saham perusahaan, yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Selain itu rasio profitabilitas digunakan untuk menghitung tingkat keuntungan yang nantinya diterima oleh *shareholder* serta untuk menilai pembayaran utang perusahaan kepada kreditur. Rasio ini juga mampu menganalisis sebagai perbandingan dengan periode sebelumnya dan perusahaan yang sejenis (Hanindia & Mayangsari, 2022). Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* menunjukkan return atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Fitriana, 2024:47).

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu konsep atau program yang dimiliki perusahaan dan merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan dan kawasan perusahaan tersebut berada. Menurut (Permanasari, 2010) dalam (Susilowati, 2016) tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada kesinambungan antara perhatian terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan. Dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat menimbulkan efek positif bagi perusahaan, dengan dilakukannya aktivitas *Corporate Social Responsibility* maka reputasi perusahaan akan meningkat dimata masyarakat, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat akan produk dari perusahaan tersebut akan meningkat (Maharani & Murniati, 2024). Di Indonesia pengungkapan untuk mengukur dan menyajikan pelaksanaan CSR secara transparan banyak perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dengan *Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI).

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{X_{ij}}$$

Keterangan: CSRDI= *Corporate Disclosure Index*

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

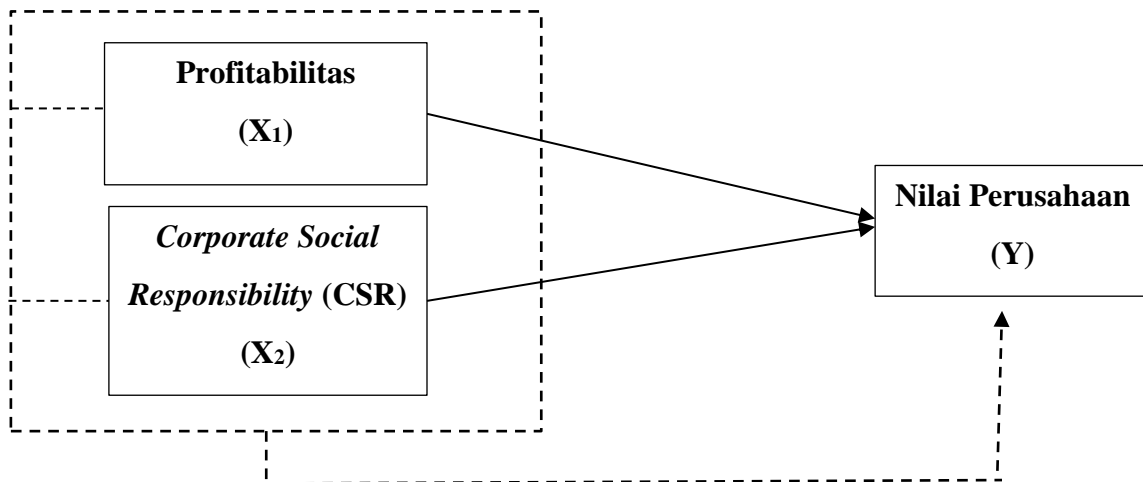
X_{ij} =Total indikator yang diungkapkan

Nilai Perusahaan

Tujuan utama dari pendirian sebuah perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi pemegang saham atau investor karena merupakan indikator untuk menilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan (Iman et al., 2021). Semakin tinggi harga saham maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham sehingga keadaan ini akan banyak diminati oleh para calon investor karena permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat. Salah

satu indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV)(Hidayat & Khotimah, 2022).

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Harga buku saham}}$$



Gambar 1. Model Penelitian

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator kinerja keuangan utama yang menunjukkan seberapa baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, serta tinggi nya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan (Anggreni et al., 2022). Kebanyakan investor cenderung lebih memilih perusahaan yang mampu menghasilkan profitabilitas yang konsisten dan kuat karena menunjukkan stabilitas keuangan dan potensi pertumbuhan perusahaan, yang menjadikannya investasi yang menguntungkan (Febriani et al., 2024).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Widiawati & Linawati, 2022) yang menjelaskan bahwa peningkatan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah, (2022) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa tingkat profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan komitmen pembangun yang berkelanjutan untuk beroperasi secara etis dengan mempertimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan, seperti investor, masyarakat, dan lingkungan (Kholmi & Nafiza, 2022). Semakin tinggi pengungkapan dan semakin baik pelaksanaan kegiatan dari CSR perusahaan, maka akan semakin meningkat

nilai perusahaan akibat dari investor yang menanamkan saham karena kepercayaan nya pada perusahaan yang diperoleh melalui berbagai aktivitas CSR seperti program pengembangan masyarakat dan menjaga lingkungan. Dalam sektor pertambangan yang sensitif terhadap lingkungan, CSR membantu perusahaan menjaga nama baik, memperoleh legitimasi sosial, dan mengurangi risiko konflik lingkungan dan sosial. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Khoyyimah et al., (2021) mengenai *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan. Hasil penelitian memperoleh adanya pengaruh signifikan positif antara *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan yang menunjukkan hasil bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang menggunakan data numerik untuk dianalisis serta diukur dan diuji hipotesis serta mencari hubungan antar variabel. Perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2020-2024 adalah subjek penelitian ini. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 135 laporan tahunan dari 27 perusahaan selama 5 tahun pengamatan pada perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2024. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling* yang membatasi proses seleksi sampel dengan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan keuangan tahunan berturut-turut Periode 2020-2024.
2. Perusahaan yang memiliki laporan tahunan berkelanjutan dan menggunakan indeks pengungkapan GRI berturut-turut periode 2020-2024.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 40 data laporan keuangan tahunan dan laporan berkelanjutan yang didapat dari 8 (delapan) perusahaan Pertambangan Sektor Batubara yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2024. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka (Hardani et al., 2020:247). Data dalam penelitian ini bersumber dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan tahunan perusahaan pertambangan sektor batubara periode 2020-2024.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Metode ini dipilih bertujuan untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas, terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent baik secara parsial ataupun simultan terhadap nilai perusahaan. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan alat bantu SPSS. Pengujian hipotesis dilakukan dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tujuan dari pengukuran statistik deskriptif adalah untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti tanpa mengambil kesimpulan. Secara khusus, pengukuran ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh dari Profitabilitas (X) terhadap Nilai Perusahaan (Y).

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	40	-,0396	,4543	,0871	,1125
CSR	40	,1538	,7143	,4511	,1726
Nilai Perusahaan	40	,0259	2,5018	,9479	,5742
Valid N (listwise)	40				

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa Variabel dependen yaitu nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,0259 sedangkan nilai maksimum sebesar 2,5018 nilai rata-rata sebesar 0,9049 dan standar deviasi sebesar 0,5742. Sementara itu Variabel independen yang pertama yaitu profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0,0396, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,4543 nilai rata-rata sebesar 0,0871 dan standar deviasi sebesar 0,1125. Dan Variabel independen yang kedua yaitu *Corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,1538 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,7143, nilai rata-rata sebesar 0,4511 dan standar deviasi sebesar 0,1726.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2
Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Nilai Perusahaan	,957	40	,129

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Shapiro-Wilk*. Data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansinya $> 0,05$. Pada tabel 3 dapat dilihat nilai Sig. nilai perusahaan sebesar 0,129 karena pada uji *Shapiro-wilk* masih lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi klasik. Sehingga analisis regresi dapat dilakukan dan hasil pengujian dapat memberikan estimasi yang lebih akurat dan tidak bias karena penyimpangan distribusi data.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Profitabilitas	,938	1,066
	CSR	,938	1,066

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel independen profitabilitas yaitu sebesar $0,938 > 0,10$ dan nilai VIF (1,066) < 10 . Sedangkan nilai *tolerance Corporate social responsibility* sebesar $0,938 > 0,10$ dan nilai VIF (1,066) < 10 . Berdasarkan kriteria keputusan, maka disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas yang artinya pada model regresi ini tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Dengan demikian, variabel profitabilitas dan CSR memiliki informasi yang relative berbeda dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel independent terhadap nilai perusahaan dapat diukur secara lebih akurat. Sehingga hasil pengujian regresi dapat digunakan untuk mengukur kontribusi masing-masing variabel tanpa mengakibatkan distorsi yang disebabkan oleh hubungan yang kuat antara variabel independent.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,291	,145		2,012	,052
	Profitabilitas	-,386	,475	-,136	-,812	,422
	CSR	,301	,309	,162	,974	,337

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Pada penelitian ini menerapkan uji *Glejser* yang dilakukan melalui meregresi angka absolut residual yang dilihat dari variabel independen. Apabila nilai signifikansi korelasi melebihi atau lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel 5 pada kolom Sig. diperoleh nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen Profitabilitas sebesar 0,422 dan CSR sebesar 0,337 $>$ taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan kriteria keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil ini menunjukkan bahwa, pada setiap tingkat pengamatan, varians residual model regresi cenderung sama. Oleh karena itu, ketidaksamaan varians residual

tidak menyebabkan penyimpangan dalam hubungan anatar profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan.

Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b		
Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,5248164	1,522

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Penelitian ini menggunakan metode uji *Durbin-Watson* (DW) untuk menguji adanya korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*). Berdasarkan table 6 Model Summary^b dapat diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 1,522 berada diantara -2 dan +2 ($-2 < 1,522 < +2$), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi autokorelasi. Hasil ini menunjukkan bahwa residual atau kesalahan prediksi pada satu periode pengamatan tidak dipengaruhi pada periode pengamatan lainnya. Oleh karena itu, model regresi memenuhi asumsi independensi kesalahan, yang memungkinkan analisis lebih akurat tentang hubungan anantara profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,615	,235		2,618	,013
	Profitabilitas	2,152	,771	,422	2,790	,008
	CSR	,322	,503	,097	,640	,526

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (bebas) terhadap suatu variabel dependen (terikat). Berdasarkan tabel 7 didapat hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,615 + 2,152 X_1 + 0,322 X_2$$

Berdasarkan persamaan hasil regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Nilai koefisien konstanta (a) 0,615; artinya Profitabilitas (X_1), *Corporate social responsibility* (X_2) bernilai nol, maka rata-rata Nilai Perusahaan (Y) meningkat sebesar 0,615.

2. Koefisien regresi variabel Profitabilitas (X_1) sebesar 2,152. Koefisien tersebut bernilai positif, artinya terjadi hubungan searah antara variabel independen (Profitabilitas) dengan variabel dependen (Nilai Perusahaan), sehingga jika Profitabilitas (X_1) meningkat 1% maka rata-rata Nilai Perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 2,152%, dengan asumsi *Corporate social responsibility* (X_2) tetap/konstan. Secara substantif, temuan ini menunjukkan bahwa investor mempertimbangkan banyak faktor dalam menilai perusahaan, salah satunya adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan batubara, semakin besar kepercayaan investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan, sehingga nilai perusahaan cenderung meningkat.
3. Koefisien regresi variabel *Corporate social responsibility* (X_2) sebesar 0,322. Koefisien tersebut bernilai positif, artinya terjadi hubungan searah antara variabel independen *Corporate social responsibility* (X_2) dengan variabel dependen (Nilai Perusahaan), sehingga jika *Corporate social responsibility* (X_2) meningkat sebesar 1%, maka rata-rata Nilai Perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 0,322% dengan asumsi Profitabilitas (X_1) tetap/konstan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Namun, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan relative lebih kecil dibandingkan profitabilitas. Yang mengindikasikan bahwa investor batubara cenderung memprioritaskan kinerja keuangan dan potensi keuntungan.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Dalam uji t pada dasarnya dilakukan guna melihat sebesar besar pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Tingkat keyakinan dalam melakukan penelitian ini sebesar 95% atau 0,95 dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05. Berdasarkan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05; df (jumlah data- jumlah variabel independent - 1) = 40-2-1=37, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,026. Berikut hasil nilai t hitung dari uji dengan SPSS.

Tabel 7
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,615	,235		2,618	,013
	Profitabilitas	2,152	,771	,422	2,790	,008
	CSR	,322	,503	,097	,640	,526

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

1. Berdasarkan hasil tersebut t hitung (2,790) > t tabel (2,026) maka H_a diterima sehingga H_o ditolak, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor penting yang mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan.
2. Berdasarkan hasil tersebut t hitung (0,640) < t tabel (2,026) maka H_a ditolak sehingga H_o diterima, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan.

Uji F (Simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada penelitian ini tingkat keyakinan peneliti dalam melakukan peneliti sebesar 95% atau 0,95 dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05. Berdasarkan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05; dfl (total variabel - 1) = 3-1 = 2; dan df2 (jumlah data - dfl - 1) = 40-2-1 = 37, maka data diperoleh nilai F tabel sebesar 2,47.

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,668	2	1,334	4,843	,014 ^b
	Residual	10,191	37	,275		
	Total	12,859	39			

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan tabel 8 diperoleh bahwa nilai F hitung (4,843) > F tabel (2,47) maka H_o ditolak sehingga H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (X_1) dan *Corporate social responsibility* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun dampak signifikan dari masing-masing faktor, profitabilitas dan CSR mempengaruhi persepsi investor terhadap bagaimana mereka menilai perusahaan sebagai bagian dari evaluasi kinerja dan prospek perusahaan.

Koefisien Determinasi

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,455 ^a	,207	,165	,5248164

Data Sumber: Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan tabel 9 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dari model regresi sebesar 0,165. Dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi/sumbangan pengaruh Profitabilitas (X_1) dan *Corporate Social Responsibility* (X_2) secara bersama-sama variasi atau naik turunnya Nilai Perusahaan (Y) adalah sebesar 16%, sedangkan sisanya 84% disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Nilai *Adjusted R Square* yang relative rendah menunjukkan bahwa variabel lain diluar penelitian memiliki kontribusi besar dalam menjelaskan nilai perusahaan seperti ukuran perusahaan, likuiditas, kebijakan deviden dan *leverage*.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Sektor Batubara yang terdaftar di BEI. Hal ini menunjukkan bahwa investor cenderung memilih perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik serta perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang baik. Semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin menarik minat investor dalam menanamkan saham pada perusahaan tersebut, dengan harapan para investor mendapatkan keuntungan yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dan membangun *legitimasi* perusahaan dan memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) terutama investor dan kreditor, karena menjadi sinyal positif bagi para *stakeholder* bahwa perusahaan mampu memberikan keuntungan finansial dan menjaga keberlangsungan operasionalnya

Investor cenderung memilih perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi karena dianggap memiliki risiko finansial lebih rendah dan potensi pertumbuhan lebih stabil. Hal ini sangat relevan pada industri pertambangan batubara yang memiliki tingkat volatilitas tinggi akibat fluktuasi harga komoditas dan biaya operasional yang besar. Perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitas setiap tahunnya, maka akan membuat ketertarikan banyak investor. Investor akan mempercayai perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang besar. Oleh karena itu, tingkat profitabilitas yang tinggi menjadi indikator utama dalam penilaian nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Sektor Batubara yang terdaftar di BEI. Artinya semakin tinggi pengungkapan dan semakin baik pelaksanaan kegiatan dari *Corporate social responsibility* perusahaan belum mampu menarik minat investor untuk menanamkan saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Pada perusahaan sektor batubara, investor cenderung memperhatikan rasio keuangan dan prospek harga komoditas batubara karena faktor-faktor tersebut dinilai memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap return investasi. Tidak seperti di negara-negara maju, kesadaran investor

terhadap aspek lingkungan, sosial, dan tata Kelola perusahaan belum sekuat dipasar modal Indonesia. Akibatnya, informasi CSR masih belum menjadi pertimbangan utama dalam menentukan dalam pengambilan keputusan investasi.

Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder*, dimana meskipun perusahaan telah melaksanakan aktivitas CSR sesuai dengan standar pengungkapan GRI guna memenuhi harapan masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya, upaya tersebut tidak mendapat respon positif oleh pasar modal dan tidak tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasi bahwa pemenuhan kepentingan *stakeholder* melalui pengungkapan CSR belum dipandang sebagai faktor yang relevan oleh investor, sehingga izin sosial yang diperoleh perusahaan tidak diterjemahkan secara langsung oleh investor menjadi peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irmalasari et al., 2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan, dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap aspek ekonomi, lingkungan dan yang baik tidak menjamin pada peningkatan pada harga saham.

Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber daya, sehingga mampu memenuhi kepentingan investor dan kreditor serta meningkatkan kepercayaan pasar terhadap stabilitas keuangan perusahaan. Sementara itu, pengungkapan dan pelaksanaan kegiatan CSR menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi tanggungjawab sosial terhadap masyarakat, pemerintah, dan lingkungan, yang dapat memperkuat izin sosial serta citra perusahaan.

Keseimbangan antara tujuan finansial yang baik dan tanggung jawab sosial perusahaan, menjadikan operasional perusahaan lebih diterima oleh semua *stakeholder* dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Temuan ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun perusahaan harus memberikan manfaat kepada stakeholder, yaitu: pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, dan lain-lain (Safira & Widajantie, 2021). Sehingga penciptaan nilai perusahaan tidak hanya bergantung pada aspek finansial, tetapi juga pada pemenuhan tanggung jawab sosial secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada Perusahaan Pertambangan Sektor Batubara yang terdaftar di BEI periode 2020-2024, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. artinya ketika perusahaan memiliki

- profitabilitas yang tinggi, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan.
2. Sebaliknya, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketika perusahaan melakukan peningkatan pengungkapan atas kegiatan CSR tidak memberikan dampak langsung terhadap perubahan nilai perusahaan.
 3. Secara simultan, Profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan secara bersama-sama dapat mendukung peningkatan nilai perusahaan. Namun demikian, nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,165. Dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi/sumbangan pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar 16%, sedangkan sisanya 84% disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti diantaranya ukuran perusahaan, likuiditas, kebijakan dividen dan *leverage*.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran-saran yang dapat diberikan antara lain, sebagai berikut:

1. Perusahaan diharapkan untuk terus meningkatkan profitabilitas melalui pengelolaan bisnis yang efektif serta melaksanakan program CSR secara konsisten dan transparan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan mendukung peningkatan nilai perusahaan dalam jangka Panjang.
2. Investor diharapkan mempertimbangkan tidak hanya kinerja keuangan, tetapi juga komitmen perusahaan terhadap pelaksanaan CSR, karena aspek tersebut mencerminkan keberlanjutan usaha dan tingkat risiko investasi di masa depan.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel moderasi, seperti *good corporate governance* (GCG) atau ukuran perusahaan, guna memperkuat model penelitian. Selain itu, cakupan sampel dapat diperluas tidak hanya pada perusahaan pertambangan sektor batubara, tetapi juga sektor lainnya agar hasil penelitian lebih general. Peneliti juga dapat menambahkan faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan serta menggunakan variabel moderasi atau intervening untuk memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan akurat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Anggreni, N. P. D., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019. *Jurnal EMAS*, 3(5), 158–170.
- Dewi, I. G. A. A. R. K., & Yasa, G. W. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 595–612. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.2032>
- Febriani, A. F., Fahmi, M. F., & Dosinta, N. F. (2024). Examining the effects of financial performance, corporate governance, and corporate social responsibility on company

value amid the COVID-19 pandemic. 6(February), 4–6

- Fitriana, A. (2024). Analisis Laporan Keuangan. In R. R. Hasibuan (Ed.), CV. Malik Rizki Amanah (Issue July). CV. Malik Rizki Amanah.
- Hanindia, C., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 481–492. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14310>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F. U., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. CV.Pustaka Ilmu.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. 19(2), 191–198.
- Irmalasari, E., Gurendrawati, E., & Mulasari, I. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 443–460. <https://doi.org/10.21009/japa.0302.11>
- Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi. In *Economic & Business Publishing*.
- Kholmi, M., & Nafiza, S. A. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2019). *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 143–155. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12998>
- Khoyyimah, Suhardiyah, M., & Firdausia, Y. kurnia. (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(2), 442–446.
- Kumala, N., & Priantilianingtiyasari, R. (2024). 863 | Volume 5 Nomor 3 2024. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 863–882.
- Maharani, L. F., & Murniati. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada Perusahaan Semen dan Beton di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(4), 778–788. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/index>
- Prihatini, Z., & Jatmiko, B. P. (2025). KLH Dalam Kerusakan Lingkungan akibat Aktivitas Tambang di Raja Ampat. *Kompas.Com*. https://lestari.kompas.com/read/2025/06/09/094536086/klh-dalam-kerusakan-lingkungan-akibat-aktivitas-tambang-di-raja-ampat?utm_source=Various&utm_medium=Referral&utm_campaign=Top_Desktop
- Safira, F., & Widajantie, T. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris

Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2019). *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 103–112. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.374>

Susilowati, J. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Endang Dwi Retnani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya (STIESIA) Surabaya. 5(November).

Widiawati, H. S., & Linawati. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan pada Sektor Industri Food And Beverages yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17543>