

**THE EFFECT OF COMPANY PROFITABILITY ON COMPANY VALUE IN  
MEDIATED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN MINING COMPANIES  
LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE**

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DIMEDIASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN  
PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Muhammad Syahrul Ramadani<sup>1</sup>, Rida Perwita Sari<sup>2\*</sup>**

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur<sup>1,2</sup>

[18013010143@student.upnjatim.ac.id](mailto:18013010143@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [ridaps.ak@upnjatim.ac.id](mailto:ridaps.ak@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This consider points to test whether productivity influences company esteem interceded by Corporate Social Duty in mining companies recorded on the Indonesia Stock Trade. The populace of this think about are coal sub-sector mining companies recorded on the Indonesia Stock Trade amid 2018-2021. The testing method utilized purposive examining gotten 25 companies with 100 tests of watched information. Strategies of information examination utilizing different straight relapse examination. The information utilized is auxiliary information and employments a information collection strategy, to be specific a documentation consider. The information utilized in this ponder are budgetary report information and yearly reports by mining companies within the coal sub-sector gotten from the Indonesian Stock Trade site (<https://www.idx.co.id>). The comes about appeared that benefit had no critical impact on firm esteem, benefit had a noteworthy impact on Corporate Social Obligation. Corporate Social Obligation has no critical impact on firm esteem. Corporate Social Duty can intercede benefit with company esteem.*

**Keywords:** Profitability, The Value Of The Company, Corporate Social Responsibility.

**ABSTRAK**

Studi berikut memiliki tujuan guna menguji apakah profitabilitas berpengaruh pada nilai suatu bisnis yang dimediasi *Corporate Social Responsibility* dalam perseroan pertambangan yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia). Populasi dari studi ini ialah perseroan tambang sub sektor batubara yang tercatat pada BEI periode 2018-2021. Teknik penentuan sampel memakai purposive sampling diperoleh 25 perseroan dengan data yang diobservasi sebanyak 100 sampel. Metode analisa data memakai analisa regresi linier berganda. Data yang dipergunakan ialah data sekunder serta memakai metode pengumpulan data yakni studi dokumentasi. Data yang dipakai pada studi berikut ialah data pelaporan tahunan dan keuangan dari perseroan tambang sub sektor batubara yang didapatkan melalui situs BEI (<https://www.idx.co.id>). Hasil studi memaparkan bahwasanya profitabilitas tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan, profitabilitas berdampak signifikan pada *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* bisa memediasi profitabilitas dengan nilai perusahaan

**Kata Kunci:** Nilai Perusahaan, Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*

**PENDAHULUAN**

Perseroan tambang ialah satu diantara jenis perseroan yang nilainya begitu terpengaruh oleh opini publik ketika menjalankan aktivitasnya. Subsektor batubara ialah subsektor yang sangat sensitif pada naik turunnya perekonomian dunia. Pemilik saham sering kali memperhatikan nilai perusahaan meningkat dibandingkan dengan harga saham. Kenaikan harga

saham berarti nilai perusahaan pun naik (Afifah et al., 2021).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan pertambangan khususnya sektor batubara sesuai data (Kontan.co.id, 2020:1) yang secara jelas menyebutkan bahwasanya pada 2019, industri pertambangan anjlok -12,83%. Terpuruknya industri pertambangan disebabkan oleh anjloknya harga batu bara pada tahun 2019 akibat kelebihan pasokan batu bara di pasar dunia. Akibat

peristiwa tersebut, minat investor guna berinvestasi pada bisnis itu pun menurun. Tahun 2019, 2020, serta 2021 ialah tahun petaka untuk industri pertambangan, terutama industri batubara. Sejumlah industri yang kehilangan keuntungan akibat dampak virus Covid19 yang menerjang seluruh tanah air di akhir 2019. Penghasilan yang menurun tersebut diakibatkan oleh anjloknya harga batu bara serta turunnya harga jual batu bara. Setiap aktivitas tambang yang dioperasikan menimbulkan efek buruk secara langsung pada lingkungan tempat penambangan berlangsung, yang mana hal tersebut amat berdampak pada opini publik dan pemangku kepentingan pada industri terkait, hingga berefek terhadap nilai perusahaan tersebut. Terbentuknya harga saham diakibatkan lantaran permintaan dan penawaran saham karena sejumlah aspek. Kondisi tersebut memperkuat riset perihal aspek-aspek yang bisa menimbulkan harga saham turun dan naik sebagai gambaran nilai perusahaan (Nila & Suryanawa, 2018).

Umumnya ada sejumlah faktor lainnya yang bisa berdampak pada nilai perusahaan, diantaranya faktor kinerja sosial berupa CSR (tanggung jawab sosial perusahaan). CSR (*Corporate Social Responsibility*) ialah wujud pengertian suatu perseroan terhadap pentingnya tanggung jawab perseroan pada pengurangan dampak buruk yang ditimbulkan oleh seluruh peraturan serta kegiatan suatu perseroan. Prinsip CSR ialah sebuah prinsip yang fokus terhadap pencapaian kemakmuran *three bottom line* dengan bukan cuma memberikan keuntungan pada pemegang saham (*single bottom line*), namun juga fokus terhadap pembangunan interaksi sosial terhadap pemangku kepentingan serta menjaga lingkungan sekitar agar tetap lestari sesuai diharapkan guna

menunjang pengoptimalan nilai dan kinerja (Aslah, 2021).

Profitabilitas memaparkan kapabilitas suatu perseroan ketika menghasilkan keuntungan pada jangka waktu tertentu. Investor bisa tertarik guna berinvestasi terhadap suatu bisnis dengan return yang tinggi, lantaran melalui tingginya profitabilitas bisa menjadikan pengembalian yang diinginkan terwujud (Atmaja & Astika, 2018).

Peranan CSR amat krusial khususnya untuk perseroan yang bergerak pada sektor SDA dan/atau yang berkaitan dengannya, lantaran suatu perseroan wajib memikul CSR terhadap masyarakat serta lingkungan hidup berdasarkan UU PT (Perseroan Terbatas) No.40/2007, Pasal 74 ([www.bapepam.go.id](http://www.bapepam.go.id)). Bersumber SE OJK No.1/SEOJK.07/2014 perihal penyelenggaraan edukasi dalam rangka peningkatan literasi keuangan konsumen maupun Kebijakan Publik dan OJK No.76/POJK.07/2016 perihal peningkatan literasi keuangan serta mendekatkan konsumen maupun publik pada sektor layanan keuangan, suatu bisnis menjalankan program pendidikan yang efektivitasnya dipantau terus serta dinilai supaya selaras terhadap strategi, tujuan, serta peraturan Perseroan secara menyeluruh. Kegiatan edukasi tersebut tujuannya guna memberi literasi finansial yang berguna untuk pegawai dan khalayak umum, dan membangun hubungan yang lebih kuat melalui menciptakan sinergi bersama pemangku kepentingan pasar captive. Bahkan, kegiatan ini ialah satu diantara platform guna mengaktifkan serta mempromosikan brand, dan juga sebagai wujud kontribusi bisnis dalam kegiatan pemerintah guna strategi edukasi keuangan nasional Indonesia. CSR suatu perseroan ialah satu diantara faktor yang

bisa diperhatikan dampaknya guna mengoptimalkan nilai perusahaan.

### **Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Sari (2019) memaparkan bahwasanya teori signaling ialah pandangan pemilik saham pada kesempatan suatu bisnis dalam mengoptimalkan nilainya di masa depan, dimana informasi disediakan pada pemegang saham dari pengelola bisnis. Tindakan tersebut dijalankan suatu bisnis guna memberi sinyal pada investor perihal pengelolaan bisnis dengan memperhatikan prospek masa depan bisnis hingga bisa membedakan bisnis yang bermutu baik dengan bisnis yang buruk. Berdasarkan Agustin (2020) Pelaporan bisnis yang diterbitkan bisa dipakai guna pedoman untuk investor dalam mempertimbangkan investasi. Pengelola bisnis bisa memberi pelaporan perihal bisnisnya guna urusan internal. Minat penanam modal bisa dipertahankan melalui pemberian informasi bisnis pada investor.

### **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan ialah teori yang berhubungan terhadap korelasi kontraktual diantara keanggotaan sebuah perseroan (Pohan et al., 2019). Model terbanyak yang dipakai berfokus terhadap 2 orang, yakni pimpinan dan pegawainya serta dicermati melalui sudut pandang struktural dan perilaku Jensen & Meckling (1976) dalam (Munawaroh & Ramadhan, 2022). Teori keagenan memaparkan bahwasanya agen bisa bertindak demi kepentingannya sendiri, yang mungkin berlawanan terhadap urusan prinsipal. Sehingga, manajemen akan membentuk prosedur ketat guna memantau para agen dalam membatasi sikap oportunistik serta mengikuti kemauan prinsipal.

### **Teori *Triple Bottom Line***

Pelaku usaha pada proses operasionalnya bukan hanya mengutamakan profit saja, namun juga mempertimbangkan tanggung jawab dari beragam efek yang diakibatkan terhadap lingkungan dan khalayak umum. Pada implementasi akuntansi lingkungan terdapat teori tiga poin yang bukan cuma mempertimbangkan faktor keuntungan tetapi juga faktor manusia serta lingkungannya. Teori tiga poin mengandung makna bahwasanya perseroan harusnya mengedepankan urusan para pemangku kepentingan (seluruh pihak yang berkontribusi serta terdampak aktivitas yang dijalankan suatu bisnis) di atas urusan pemegang saham (shareholder) (Kusumawardani et al., 2019).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas ialah kapabilitas sebuah bisnis dalam memperoleh keuntungan melalui pemakaian sumber daya yang dimilikinya berupa modal, aset, ataupun hasil penjualan untuk usaha tersebut (Agustin, 2020). Suatu bisnis dengan keuntungan bersih yang tinggi menunjukkan bahwasanya mereka dapat memperoleh keuntungan melalui pemakaian sumber daya yang dimilikinya secara benar. Pengelola bisnis akan berusaha dengan maksimal agar bisa mengontrol sumber daya yang tersedia agar dapat memperoleh profit.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan ialah faktor terpenting guna mendeskripsikan keberhasilan untuk pemilik saham, terbukti dengan harga saham perseroan. Kondisi tersebut dianggap menjadi nilai perusahaan yang tinggi dalam mempertahankan kelangsungan bisnis serta membantu suatu bisnis dan pemilik sahamnya sejahtera (Fadhilah et al., 2021). Nilai perusahaan ialah nilai-nilai yang bisa ditetapkan dengan

membandingkan hasil terhadap kinerja perseroan. Nilai perusahaan tercermin dalam optimalisasi aset pemilik saham dengan tujuan memaksimalkan harga saham perseroan.

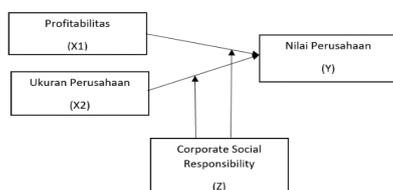
### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Pemaparan CSR menjadi krusial lantaran pemangku kepentingan harus menjalankan evaluasi serta menilai seberapa baik suatu perseroan bisa menjalankan perannya sesuai harapan para pemangku kepentingan, hingga menuntut suatu bisnis guna mempertanggungjawabkan aktivitas CSR yang dijalankan. Makin banyak pemaparan CSR yang dijalankan maka pemangku kepentingan bisa semakin mendukung bisnis terkait dalam beragam aktivitasnya guna menghasilkan keuntungan serta meningkatkan nilai perusahaannya (Pohan et al., 2019).

Bersumber riset, investor lebih berminat menanamkan modalnya pada bisnis yang melaksanakan kegiatan CSR lantaran aktivitas bisnis bisa mengoptimalkan nilai perusahaan. Kalsum (2020) menegaskan bahwasanya manfaat yang diperoleh suatu bisnis ketika menjalankan kegiatan CSR bisa meningkatkan nilai perusahaan hingga menjadi daya tarik untuk penanam modal.

### **Kerangka Pemikiran**

Bersumber pemaparan dasar, tinjauan pustaka, serta landasan teori yang sudah diterangkan sebelumnya dalam riset berikut, maka kerangka penelitian berikut meliputi:



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

### **Hipotesis**

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Meningkatnya profit perseroan bisa berdampak pada harga saham, harga saham menjadi naik. Tingginya profitabilitas melukiskan kapabilitas suatu perseroan dalam memperoleh imbal hasil yang tinggi untuk investor.

**H1** : Apakah Profitabilitas berdampak pada Nilai Perusahaan

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)**

Profitabilitas ialah rasio guna pengukuran kapabilitas sebuah unit ketika memperoleh keuntungan dari ekuitas dan penjualan aset. Suatu bisnis bukan cuma memperhatikan faktor ekonomi berupa taraf keuntungan saja, tetapi juga harus mencermati faktor lingkungan dan sosial yang berkaitan terhadap kegiatan usahanya agar bisnis tersebut menerima pemangku kepentingannya berdasarkan teori pemangku kepentingan.

**H2** : Apakah Profitabilitas berdampak pada CSR (*Corporate Social Responsibility*)

#### **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan**

Bersumber teori signaling, informasi CSR yang dikomunikasikan oleh manajemen penting guna memberi pertanda positif pada *stakeholder* akan menghasilkan manfaat perekonomian pada masa mendatang, lantaran pada kondisi berikut penanam modal akan menentukan untuk menanamkan modalnya pada perseroan yang menyediakan informasi yang mereka butuhkan. Prinsip CSR mengacu pada tanggung jawab bersama atas kerja sama diantara dunia usaha, organisasi SDM, pemerintah, serta khalayak sekitar.

**H3** : Apakah *Corporate Social Responsibility* berdampak pada Nilai Perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan mediasi *Corporate Social Responsibility***

Bersumber teori sinyal yang sudah dibahas sebelumnya, profitabilitas bisa memberi pertanda untuk penanam modal dalam menanamkan modalnya. Bila suatu bisnis untung serta mempublikasikan kegiatan CSR-nya maka akan lebih bernilai untuk investor. Pemaparan CSR perseroan bisa menguatkan sinyal yang diberi perseroan pada investornya.

**H4** : Apakah Profitabilitas berdampak pada Nilai Perusahaan dengan mediasi *Corporate Social Responsibility*

### **METODE PENELITIAN**

Jenis studi yang dipergunakan pada studi berikut ialah metode kuantitatif. Berdasarkan (Anddayani & Suardana, 2018), metode kuantitatif bisa dipahami menjadi metode studi yang berdasarkan filsafat positivis, dipakai guna mempelajari suatu sampel atau populasi, menghimpun data memakai alat riset, analisa data sifatnya statistik/kuantitatif, guna tujuan pengujian hipotesis yang sudah diajukan.

Populasi pada riset berikut ialah perseroan tambang yang tercatat pada BEI periode 2018-2021. Sampel riset dipilih melalui pemakaian metode purposive sampling.

Teknik pengumpulan data pada studi berikut mempergunakan data sekunder yakni literatur. Data yang dipergunakan pada studi berikut yakni data sekunder berbentuk data pelaporan tahunan yang dipublikasikan pada perseroan tambang subsektor batubara di BEI periode 2018-2021. Data didapatkan melalui situs perseroan dan website IDX [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Riset berikut tujuannya guna memahami dampak ukuran perusahaan dan profitabilitas pada nilai perusahaan dimediasi *corporate sosial responsibility* dalam perseroan tambang yang tercatat pada BEI periode 2018-2021. Perusahaan pertambangan dipilih karena bidang tambang ialah satu diantara industry andalan pemerintah Indonesia guna menghasilkan devisa dan membuka lapangan kerja di kabupaten/kota selaku sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah) (Hasanah & Destalia, 2017):

**Tabel 1. Nilai Convergent Validity**

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Numb	Kesimpulan
Profitabilitas	X1	1,00	0,50	Valid
Nilai Perusahaan	Y	1,00	0,50	Valid
CSR	Z	0,80	0,50	Valid

Table 1 menunjukkan bahwa validitas konvergen model pengukuran bisa diperoleh melalui hubungan nilai variabel terhadap titik-titik struktur (faktor beban) dimana persyaratan bobot faktor beban tiap variabelnya  $> 0,7$ . Berdasarkan pengolahan data perubahan, semua variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan dan csr dikatakan valid ( $>0,7$ ). Kondisi tersebut menerangkan bahwasanya variabel mempunyai taraf validitas yang tinggi hingga mencukupi convergent validity.

**Tabel 2. Nilai Discriminant Validity**

	Profitabilitas (X1)	Ukuran Perusahaan (X2)	Nilai Perusahaan (Y)	CSR (Z)
Profitabilitas (X1)	0,813			
Nilai Perusahaan (Y)	0,612	0,666	1,00	
CSR (Z)	0,641	0,597	0,52	0,758

Hasil pada Tabel 2 menerangkan bahwasanya skor beban tiap-tiap variabel konstruksi melebihi skor beban silang. Sehingga bisa dibuat simpulan bahwasanya seluruh struct ataupun variabel laten mempunyai nilai diskriminan yang baik, dengan

parameter blok struktur tersebut lebih baik dibandingkan parameter blok lain.

**Tabel 3. Composite Reliability**

	Composite Reliability	Rule of Thumb	Kesimpulan
Profitabilitas (X1)	0,88	0,70	Reliabel
Nilai Perusahaan (Y)	1	0,70	Reliabel
CSR (Z)	0,87	0,70	Reliabel

Bersumber tabel 3 bahwasanya hasil uji composite reliability menerangkan skor  $> 0,6$  yang bermakna seluruh variabel dikatakan reliabel.

**Tabel 4.**

	R Square
Profitabilitas (X1)	0,188
Nilai Perusahaan (Y)	
CSR (Z)	

Bersumber tabel 4 dipahami skor koefisien determinasi bernilai 0,188 yang bermakna bahwasanya variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan serta CSR bisa menerangkan variabel Nilai Perusahaan senilai 18,80% sementara selebihnya 81,20% diterangkan variabel lainnya di luar variabel riset berikut.

### Uji Hipotesis

Guna melihat apakah sebuah hipotesis dapat ditolak atau diterima bisa dijalankan melalui mencermati taraf signifikansi diantara konstruk t-statistik dengan p-values. Melalui teknik itu, maka perkiraan pengukuran serta standar error tidak diperhitungkan melalui asumsi statistic.

### Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Profitabilitas Terhadap nilai Perusahaan

Bersumber gambar 1. dengan skor p-value senilai  $0,307 > 0,05$  maka bisa dibuat simpulan H1 ditolak dan H0 diterima yang bermakna bahwasanya profitabilitas berpengaruh tidak signifikan pada nilai perusahaan pertambangan. Berdasarkan data rasio PT Trans Power Marine Tbk memiliki

rasio tertinggi sebesar 0,21, sedangkan PT Transcoal Pacific Tbk dan PT Dian Swastatika Sentosa Tbk. memiliki rasio terendah sebesar -3,93.

Profitabilitas yang rendah dapat menyebabkan masalah keberlanjutan jangka panjang bagi perseroan. Bila perseroan tidak bisa menciptakan profit yang memadai untuk membiayai operasionalnya, maka dapat menghadapi kesulitan finansial yang serius dan berpotensi mengurangi nilai perusahaan.

### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Bersumber gambar 1 diatas dimana skor p-value bernilai  $0,123 > 0,05$  maka bisa dibuat simpulan bahwasanya H2 ditolak dan H0 diterima yang bermakna bahwasanya ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan pada nilai perseroan pertambangan. Berdasarkan data rasio PT Atlas Resources Tbk memiliki rasio tertinggi sebesar 31,04, sedangkan PT Golden Energy Mines Tbk memiliki rasio terendah sebesar 25,57.

Perusahaan besar cenderung memiliki banyak divisi, cabang, atau unit bisnis yang beroperasi secara terpisah. Memastikan koordinasi yang efektif di antara mereka dan menjaga kontrol yang tepat bisa menjadi tantangan. Jika tidak berhasil mengelola koordinasi dan kontrol ini, perusahaan mungkin mengalami pemborosan sumber daya, persaingan internal, dan kinerja bisnis yang buruk.

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Berdasarkan gambar 1 diatas dengan skor p-value bernilai  $0,031 < 0,05$  maka bisa dibuat simpulan bahwasanya H3 diterima dan H0 ditolak yang bermakna bahwasanya profitabilitas berpengaruh signifikan pada corporate sosial responsibility

(CSR) perusahaan pertambangan. Berdasarkan data rasio PT Trans Power Marine Tbk memiliki rasio tertinggi sebesar 0,21, sedangkan PT PT Transcoal Pacific Tbk memiliki rasio terendah sebesar -3,93.

Perseroan yang mempunyai taraf profitabilitas yang baik bisa memiliki reputasi yang lebih kuat dan kredibilitas yang lebih tinggi di mata masyarakat dan pemangku kepentingan. Hal ini dapat membantu memperkuat pesan CSR perusahaan dan meningkatkan penerimaan terhadap upaya-upaya mereka dalam berkontribusi pada keberlanjutan dan kesejahteraan sosial.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Bersumber gambar 1, melalui skor p-value senilai  $0,058 > 0,05$  maka bisa dibuat simpulan H4 ditolak dan H0 diterima yang bermakna bahwasanya ukuran perusahaan berdampak tidak signifikan pada *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan pertambangan. Berdasarkan data rasio PT Atlas Resources Tbk memiliki rasio tertinggi sebesar 31,04, sedangkan PT Golden Energy Mines Tbk memiliki rasio terendah sebesar 25,57.

Perusahaan besar mungkin lebih fokus pada mencapai target keuangan dan pertumbuhan yang ambisius. Prioritas ini bisa mengalihkan perhatian dari isu-isu sosial dan lingkungan yang lebih luas, terutama jika manajemen cenderung mengejar laba maksimal untuk pemegang saham.

#### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

Bersumber gambar 1 dimana skor p-value bernilai  $0,290 > 0,05$  maka bisa dibuat simpulan bahwasanya H5 ditolak dan H0 diterima bermakna bahwasanya

*corporate social responsibility* berdampak tidak signifikan pada nilai perusahaan pertambangan. Berdasarkan data rasio PT Harum Energy Tbk memiliki rasio tertinggi sebesar 0,97, sedangkan PT Dana Brata Luhur Tbk dan PT Mitrabara Adiperdana Tbk memiliki rasio terendah sebesar 0,72.

Jika program CSR tidak diimplementasikan dengan baik atau dianggap sebagai bentuk *greenwashing* (tindakan mencari pujian atas langkah-langkah ramah lingkungan tanpa adanya perubahan nyata), perusahaan bisa mengalami risiko reputasi yang merugikan. Ini dapat menyebabkan penurunan kepercayaan dari konsumen, investor, dan pemangku kepentingan lainnya, yang akhirnya dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan.

#### ***Corporate Social Responsibility* Memediasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap nilai perusahaan.**

Bersumber gambar 1 dimana skor p-value bernilai  $0,011 > 0,05$  maka bisa dibuat simpulan bahwasanya H6 ditolak dan H0 diterima bermakna CSR mampu memediasi dampak profitabilitas pada nilai perusahaan pertambangan. Studi berikut sejalan dengan penelitian (Kalsum, 2020). Profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi tingkat dan kualitas implementasi CSR. Perseroan yang lebih profit mempunyai sumber daya finansial yang dapat dialokasikan untuk inisiatif CSR, serta kemampuan untuk melakukan investasi dalam proyek-proyek berkelanjutan yang mendukung CSR. Profitabilitas yang tinggi juga dapat mempengaruhi komitmen perusahaan untuk menghadapi permasalahan sosial serta lingkungan, sehingga mendorong perseroan untuk melaksanakan inisiatif CSR yang lebih luas dan berdampak.

CSR bertindak sebagai mekanisme mediasi diantara nilai perusahaan dan

profitabilitas dengan meneruskan dampak dari profitabilitas ke nilai perusahaan melalui dampaknya terhadap reputasi, citra, dan hubungan dengan pemangku kepentingan. Dalam hal ini, implementasi CSR berfungsi sebagai jalur melalui mana nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitasnya.

### **Corporate Social Responsibility Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.**

Bersumber gambar 1 diatas dengan nilai p value senilai  $0,178 < 0,05$  maka bisa dibuat simpulan bahwasanya H7 ditolak dan H0 diterima yang bermakna bahwasanya corporate sosial responsibility (CSR) tidak bisa memediasi dampak ukuran perusahaan pada nilai perusahaan pertambangan. Studi berikut selaras terhadap studi (Afifah et al., 2021). Perseroan yang lebih besar biasanya mempunyai lebih banyak sumber daya dan pengaruh dalam melaksanakan program CSR yang lebih luas dan berdampak. Ukuran perusahaan yang besar dapat memberikan akses ke lebih banyak peluang dan sumber daya untuk berkontribusi terhadap lingkungan dan khalayak sekitar, serta mempunyai kemampuan dalam menangani tanggung jawab sosial yang lebih besar.

CSR berperan menjadi mediator antara ukuran perseroan serta nilai perusahaan melalui menyampaikan dampak dari ukuran perusahaan ke nilai perusahaan melalui implementasi dan efektivitas program CSR. Dalam hal ini, CSR bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan ukuran perusahaan yang besar dengan dampaknya terhadap reputasi dan citra perusahaan, yang pada akhirnya bisa berdampak pada nilai perusahaan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Riset berikut dilaksanakan guna memahami dampak ukuran perusahaan dan profitabilitas pada nilai perusahaan yang dimediasi oleh CSR perusahaan tambang yang tercatat pada BEI. Bersumber hasil yang dibahas dalam Bab 4, bisa diambil simpulan diantaranya: (1) Hasil riset membuktikan bahwasanya profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan. (2) Hasil riset membuktikan bahwasanya profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap corporate sosial responsibility (CSR) perusahaan pertambangan. (3) Hasil riset membuktikan bahwasanya corporate sosial responsibility berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan. (4) Hasil riset membuktikan bahwasanya corporate sosial responsibility dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pertambangan.

### **Saran**

Sebagai saran peneliti sesuai simpulan yang sudah diterangkan sebelumnya maka masukan yang diberi ialah harapannya penulis berikutnya menambahkan periode penelitian dan menambah variabel lain seperti keputusan pendanaan dan pertumbuhan penjualan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Agustin, I. N. & A. K. & I. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan

- Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(2), 133–144.
- Andayani, I., & Suardana, K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Aktiva Pada Struktur Modal. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24, 370–398.
- Ariska, Y. N., Handayani, P. A., & Hartati, E. (2020). Faktor yang Berhubungan dengan Beban Caregiver dalam Merawat Keluarga yang Mengalami Stroke. *Holistic Nursing and Health Science*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.14710/hnhs.3.1.2020.52-63>
- Aslah, T. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aset Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan Jayakarta*, 1, 33–46. <https://doi.org/10.53825/japjayakarta.v2i1.43>
- Atmaja, I. G. N. Y. D., & Astika, I. B. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Modal Kerja Pada Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, (1) <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i01.p01>
- Ayu Arianti, N. P., & Semara Putra, I. P. M. J. (2018). Pengaruh profitabilitas pada Hubungan Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan BUMN non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 24(1), 20–46.
- Dewinta, I., & Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- E Janrosi, V. S. (2018). Analisis Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Perbankan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 196. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3464>
- Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akunida*, 7(2), 190–204.
- Harisnawati, R., Ulum, I., & Syam, D. (2017). Pengaruh Intellectual Capital Performance Terhadap Intensitas Pelaporan Modal Intelektual. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 941. <https://doi.org/10.22219/jrak.v7i1.08>
- Hasanah, J., & Destalia, M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Biaya Lingkungan Sesuai PSAK 33 dan Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2010 (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Journal of Business Administration*, 1(2), 296–304.

- Henryanto Wijaya, D. R. T. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Pemoderasi. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(3), 1131. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i3.14905>
- Isnaini, N. A., & Kurnia. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan: Corporate Social Responsibility sebagai variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(2), 631–651.
- Kalsum, U. (2020). Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 17(4), 607–618. <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i4.1188>
- Kusna, I., & Setijani, E. (2018). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 93–102. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.2155>
- Kusumawardani, W. H., Lovita, E., & Si, M. (2019). The Role Of Corporate Social Responsibility In Moderating The Effect Of Profitability And Firm Size On Firm ( Case Study on Infrastructure , Utility , and Transportation Sector Service Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2019 ). *Akuntansi*, 1–18.
- Luhur, L. dan. (2017). Ffff. Handbook of Bolts and Bolted Joints, 17(1), 336–339. <https://doi.org/10.1201/9781482273786-97>
- Munawaroh, A., & Ramadhan, Z. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.1.43-54>.
- Ngurah, I. G., Rudangga, G., & Sudiarta, G. M. (2016). Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. 5(7), 4394–4422.
- Nila, L., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(3), 2145–2174.
- Pohan, H. tohir, Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 41–52. <https://doi.org/10.25105/jat.v5i1.4850>
- Prabantama, H. P., & Parasetya, M. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounti>

- ng
- Prabowo, R., & Sutanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sektor Otomotif di Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i1.1120>
- Puspita, D., & Febrianti, M. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 38–46. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.63>
- Ramadhani, F. (2022). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan csr sebagai variabel moderasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5483–5488. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1831>
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(2), 1997. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i08.p03>
- Ridho, M., & Faktor-Faktor, Y. (2019). Nomor 01. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 22). [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Sari, L. I. (2019). Analisis Pengaruh Return On Assets, Debt To Equity Ratio, Debt To Assets Ratio, Current Ratio Dan Financial Lease Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2017. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 301–336.
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 957. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p06>
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan CSR dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278–1311.