

TESIS

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (Studi Pada Perusahaan Subsektor
Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024)**

ANDI WINDA MASKAR

NIM : 0010.04.36.2023



PROGRAM STUDI : MAGISTER AKUNTANSI

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2025

TESIS

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (Studi Pada Perusahaan Subsektor
Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024)**

TESIS

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi : Akuntansi

Diajukan Oleh

ANDI WINDA MASKAR

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2025**

Tesis

**PENGARUH PROFITABILITAS , LIKUIDITAS , *LEVERAGE*, TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(STUDI PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR PERTAMBANGAN
BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024)**

ANDI WINDA MASKAR

0010.04.36.2023

telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 19 Desember 2025
dan telah diperbaiki

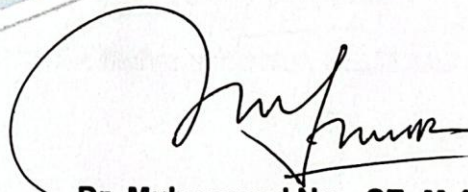


Ketua,

Anggota



Prof. Dr. H. Muhammad Su'ut, SE.,M.Si.,Ak.,CA.



Dr. Muhammad Nur, SE.,M.Ak.

04 MAR 2026

**Makassar,
Program Studi Magister Akuntansi
Ketua,**



Dr. Juliyanty Sidik Tjan, SE.,MSA.,Ak.,CA.

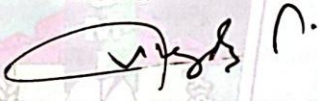
**PENGARUH PROFITABILITAS , LIKUIDITAS , *LEVERAGE*, TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(STUDI PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR PERTAMBANGAN
BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024)**

ANDI WINDA MASKAR
0010.04.36.2023

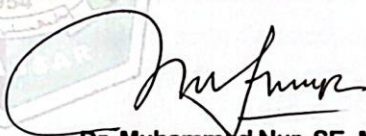
telah diujikan pada tanggal 19 Desember 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Tim Penguji

Ketua


Dr. H. Asri Ady Bakri, SE.,MM.,Ak.,CA


Prof. Dr. H. Muhammad Su'ut, SE.,MSI,Ak.,CA


Dr. Muhammad Nur, SE.,M.Ak.


Prof. Dr. H. Mahfudhumajuddin, SE.,MM.


Dr. Andika Pramukti, SE.,M.Ak.

04 MAR 2026
Makassar,
Program Pascasarjana UMI
Direktur,


Prof. Dr. H. La Ode Husen, SH.,M.Hum.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

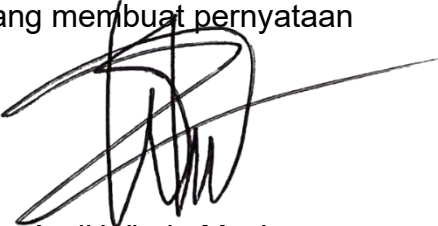
Nama : Andi Winda Maskar
Nomor Induk Mahasiswa : 0010.04.36.2023
Program Studi : Magister Akuntansi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis ini saya tulis sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Jika ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tesis dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 12 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan



Andi Winda Maskar

IDENTITAS MAHASISWA DAN TIM PENGUJI

**JUDUL TESIS: PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS,
LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan
Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2020-2024)**

IDENTITAS MAHASISWA :

Nama Mahasiswa : Andi Winda Maskar
Nim : 0010.04.36.2023
Program Studi : Magister Akuntansi

KOMISI PEMBIMBING :

Ketua : Prof. Dr. H. Muh Su'un, SE., M.Si., Ak CA
Anggota : Dr. Muhammad Nur, SE., M.Ak

KOMISI PENILAI :

Dosen Penguji I : Prof. Dr. H. Mahfudnurnajamuddin, SE., MM
Dosen Penguji II : Dr. H. Asri Ady Bakri, SE., MM., Ak., CA
Dosen Penguji III : Dr. Andika Pramukti, SE., M.Ak

Tanggal Ujian Proposal : 08 Agustus 2025
Tanggal Ujian Hasil : 12 November 2025
Tanggal Ujian Tutup : 19 Desember 2025
SK Penguji : 4189/K.10/PPs-UMI/VII/2025

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Alhamdulillahirabbil Alamin. Segala puji dan syukur tiada hentinya peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. yang dengan keagunan-Nya telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Magister Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Indonesia.

Berbagai kesulitan telah dihadapi dalam proses penyusunan tesis ini. Namun demikian, berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada almarhumah ibunda tercinta Andi Masira dan almarhum ayahanda tercinta Abd. Karim D. atas kasih sayang dan doa yang tiada henti semasa hidupnya. Penghargaan dan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kakak tercinta Andi Mawadda Maskar yang telah berperan besar menggantikan orang tua dan memberikan dukungan

moral, semangat, serta bantuan dalam proses penyusunan tesis ini. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tulus juga kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Masrurah Mokhtar, M.A., selaku Ketua Pengurus Yayasan Wakaf Universitas Muslim Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Hambali Thalib, SH., M.H., selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia
3. Bapak Prof. Dr. H. La Ode Husen, SH., M.Hum., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia
4. Ibu Dr. Juliyanty Sidik Tjan, SE., M.SA., Ak., CA selaku Ketua Jurusan Magister Akuntansi Universitas Muslim Indonesia
5. Bapak Dr. H. Asri Ady Bakri, SE., MM., Ak., CA selaku Sekretaris Jurusan Magister Akuntansi Universitas Muslim Indonesia
6. Bapak Prof. Dr. H. Muh. Su'un, SE., M.Si., Ak., CA dan Bapak Dr. Muhammad Nur, SE., M.Ak selaku pembimbing yang penuh kesabaran dan pengertian membimbing peneliti untuk menyelesaikan tesis mulai dari pemilihan judul, pelaksanaan penelitian, sampai dengan penyelesaian tesis ini.
7. Bapak Prof. Dr. H. Mahfudnurnajamuddin, SE., MM, Bapak Dr. H. Asri Ady Bakri, SE., MM., Ak., CA dan Bapak Dr. Andika Pramukti, SE., M.Ak selaku tim penilai yang telah memberikan saran, masukan dan koreksi mulai dari awal sampai selesainya tesis ini.
8. Seluruh Ibu dan Bapak Dosen dan Staf Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia

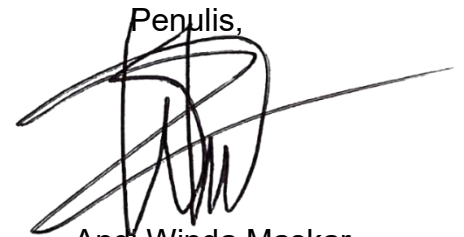
9. Kepada rekan-rekan Program Magister Akuntansi (MAKSI) Angkatan 36 Kelas Eksekutif Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia, yang telah berjuang bersama, saling membantu, serta memberikan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Mohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan dan dosa yang disengaja maupun tidak. Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang konstruktif guna perbaikan tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu akuntansi di masa depan. Aamiin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, 12 Oktober 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping loops and strokes, positioned above the printed name.

Andi Winda Maskar

ABSTRAK

Andi Winda Maskar. 2025. **Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024)**. Pembimbing: Muh. Su'un dan Muhammad Nur.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024).

Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan antara Likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan

Kata Kunci: Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*

ABSTRACT

ANDI WINDA MASKAR. *The Effect of Profitability, Liquidity, and Leverage on Firm Value with Corporate Social Responsibility Disclosure as a Moderating Variable (A Study on Coal Mining Subsector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2020–2024).* (Supervised by **Muh. Su'un** and **Muhammad Nur**).

This study investigates the influence of profitability, liquidity, and leverage on company value, while also examining the moderating role of corporate social responsibility (CSR) disclosure. The research focuses on coal mining subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2020–2024.

The study sample comprised all coal mining companies meeting the specified criteria, and the analysis was performed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25.

The results demonstrate that profitability, liquidity, and leverage each exert a partial effect on company value. CSR disclosure strengthened the relationship between profitability and company value, did not moderate the relationship between liquidity and company value, and significantly moderated the effect of leverage on company value.

Keywords: Profitability, Liquidity, Leverage, Company Value, Corporate Social Responsibility

DAFTAR ISI

Teks	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
IDENTITAS MAHASISWA DAN TIM PENILAI	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian	16
1. Manfaat Teoritis.....	16
2. Manfaat Praktis	16
E. Orisinalitas Penelitian.....	17
F. Sistematika Penulisan	17
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 19
A. Teori Sinyal (Signalling Theory)	19
B. Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>)	21
C. Profitabilitas	22
D. Likuiditas	24
E. <i>Leverage</i>	26
F. Nilai Perusahaan.....	27
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan	30
2. Indikator Nilai Perusahaan	30
3. Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan	31
G. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	32

H. Penelitian Sebelumnya.....	33
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN....	41
A. Kerangka Konseptual.....	41
B. Hipotesis Penelitian.....	42
1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	42
2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	43
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	44
4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	46
5. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
6. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	48
BAB IV METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan Penelitian	50
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
C. Jenis dan Sumber Data.....	50
D. Populasi dan Sampel	51
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Statistik Deskriptif	53
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4. Analisis Regresi Moderasi	55
5. Uji Parsial/Uji Hipotesis	56
6. Uji Koefisien Determinasi	56
G. Definisi Operasional dan Pengukurannya	57
1. Variabel Dependen.....	57
2. Variabel Independen	58
3. Variabel Moderasi	60
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	62
B. Hasil Penelitian	63
1. Deskripsi Variabel	63

2. Analisis Statistik Deskriptif	68
3. Uji Asumsi Klasik	70
4. Analisis Regresi Berganda dan Pengujian Hipotesis	72
5. Analisis Uji Interaksi	74
6. Koefisien Determinasi	76
C. Pembahasan.....	77
1. Profitabilitas berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan	78
2. Likuiditas berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan	79
3. Leverage berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan	80
4. CSR Memoderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	81
5. CSR Memoderasi Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	84
6. CSR Memoderasi <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	87
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Simpulan	90
B. Saran	91
C. Keterbatasan	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	36
2.	Kriteria Sampel Penelitian	51
3.	Daftar Sampel Penelitian	62
4.	Deskripsi Variabel Nilai Perusahaan	64
5.	Deskripsi Variabel Profitabilitas	65
6.	Deskripsi Variabel Likuiditas	66
7.	Deskripsi Variabel <i>Leverage</i>	67
8.	Deskripsi Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i>	68
9.	Analisis Deskriptif	69
10.	Hasil Uji Normalitas	70
11.	Hasil Uji Multikolonieritas	71
12.	Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Berganda	72
13.	Hasil Pengujian Regresi Moderasi	74
14.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
15.	Ringkasan Hasil Penelitian	78

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Konseptual	42

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Indikator GRI 14 Mining Sector	99
2.	Data perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara	101
3.	Variabel Profitabilitas (X1).....	101
4.	Variabel Likuiditas (X2).....	103
5.	Variabel <i>Leverage</i> (X3).....	105
6.	Variabel Nilai Perusahaan (Y).....	107
7.	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	118
8.	Hasil Uji Data.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini ditandai dengan era globalisasi juga berdampak pada perubahan kondisi ekonomi. Persaingan bisnis semakin ketat, dimana pesaing tidak hanya dalam pasar domestik tetapi juga pada pasar internasional. Perkembangan saat ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan memperkuat daya saing di berbagai bidang sebagai upaya menciptakan keunggulan bisnis yang berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Astuti et al., 2020).

Nilai perusahaan merupakan indikator pencapaian kinerja perusahaan yang mencerminkan persepsi dan kepercayaan publik terhadap prospek dan reputasi perusahaan sejak didirikannya hingga saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang yang perlu dicapai oleh setiap perusahaan. Hal ini tercermin melalui harga saham di pasar, karena persepsi dan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dapat dilihat dari fluktuasi harga saham yang diperdagangkan di bursa efek, khususnya bagi perusahaan yang telah *go public* (Rahma & Munfaqiroh, 2021)

Perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan baik pada masa kini maupun di masa mendatang, sehingga perusahaan berupaya secara optimal untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Tingkat persaingan yang semakin ketat

dalam dunia industri menuntut perusahaan untuk terus mengoptimalkan kinerja dalam rangka mencapai tujuan strategisnya. Dalam perspektif teori sinyal, penyampaian informasi oleh manajemen mencerminkan upaya untuk memenuhi ekspektasi investor sebagai pemilik perusahaan. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan perusahaan memiliki peranan penting karena dapat memengaruhi keputusan investasi pihak eksternal. Salah satu indikator dalam menilai nilai perusahaan adalah besarnya laba yang diperoleh dalam periode tertentu. Tingkat laba tersebut menjadi pertimbangan utama bagi calon investor sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula tingkat kesejahteraan para pemilik saham, sehingga dapat membuat para investor tertarik untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan. Investor biasanya menginvestasikan dananya untuk mendapatkan keuntungan. Investor akan memilih perusahaan-perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi, yang memiliki kemampuan untuk memperoleh laba (M. Rahayu & Sari, 2018)

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dapat diukur melalui harga saham yang terbentuk dari permintaan dan penawaran yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja keuangan. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi menunjukkan kinerja

perusahaan yang baik. Jika nilai perusahaan tinggi maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya (Lumoly et al., 2018)

Indonesia kini mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan terus meningkatnya jumlah perusahaan baru dari waktu ke waktu. Dengan bertambahnya jumlah perusahaan baru tentu akan meningkatkan persaingan usaha di dalam dunia bisnis, salah satu persaingan yang terjadi sangat ketat didalam dunia industri adalah perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Salah satu perusahaan di Indonesia yang telah berkembang pesat adalah perusahaan pertambangan khususnya subsektor batu bara.

Perusahaan pertambangan di Indonesia memegang peranan penting karena mendukung berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara. Perusahaan ini berperan dalam memproduksi sumber daya alam serta berbagai kandungan mineral, seperti bahan bakar, logam, dan bebatuan.

Secara umum, sumber daya alam dibagi menjadi dua jenis, yaitu sumber daya alam terbarukan dan tidak terbarukan. Sumber daya yang tidak terbarukan akan habis seiring waktu apabila terus-menerus dieksplorasi dan dieksploitasi. Kegiatan pertambangan termasuk dalam pemanfaatan sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Jika aktivitas ini dilakukan tanpa adanya kebijakan pengelolaan yang bijak dan terbatas, maka generasi mendatang berisiko tidak lagi dapat menikmati manfaat dari sumber daya tersebut.

Pada pertengahan tahun 2020, Indonesia di serang pandemi *covid-19* yang menyebabkan pemerintah Indonesia mengambil langkah cepat dengan mengeluarkan kebijakan *lockdown* atau PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Kebijakan tersebut memberikan dampak secara tidak langsung dari berkurangnya aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu sektor industri yang juga terdampak dengan merebaknya pandemi *covid-19* adalah sektor pertambangan dengan sub sektor pertambangan batubara (Husaini, 2020).

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 berdampak signifikan terhadap aktivitas industri, termasuk sektor pertambangan batubara. Beberapa perusahaan terpaksa menghentikan sementara operasional penambangan guna mencegah penyebaran virus (Saleh, 2020). Kondisi ini turut memengaruhi kinerja keuangan perusahaan tambang, yang ditandai dengan penurunan laba bersih secara umum. Berdasarkan data CNBC Indonesia, tujuh dari sepuluh emiten batubara mengalami penurunan laba bersih pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Sandria, 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa gangguan eksternal seperti pandemi dapat berdampak langsung terhadap nilai dan kinerja perusahaan, khususnya di sektor yang sangat bergantung pada aktivitas operasional fisik seperti pertambangan.

Selama satu dekade terakhir, sektor pertambangan telah memberikan kontribusi sebesar 5–8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dengan sekitar 80% kontribusinya berasal dari industri

batubara. Pada tahun 2018, pemerintah mendorong peningkatan produksi batubara hingga mencapai lebih dari 500 juta ton, yang memungkinkan pelaku industri untuk meningkatkan volume ekspor. Kebijakan ini ditempuh sebagai upaya untuk memperkuat pendapatan ekspor nasional dan menyeimbangkan defisit perdagangan yang ditimbulkan oleh sektor minyak dan gas (*Institute for Essential Services Reform* dalam Ripany, 2022).

Sepanjang tahun 2019, harga batubara global mengalami penurunan sekitar 30%. Akibatnya, penurunan rata-rata harga jual yang dialami oleh perusahaan emiten tidak mampu menutupi peningkatan biaya produksi. Direktur sekaligus sekretaris perusahaan PT Bumi Resources Tbk (BUMI), Dileep Srivastava, menyatakan bahwa rata-rata harga jual batubara turun sebesar 13% selama tahun 2019 (APBI-ICMA, 2020 dalam Ripany, 2022). Peningkatan nilai perusahaan dianggap sebagai keberhasilan yang selaras dengan harapan para pemiliknya, sebab nilai perusahaan yang meningkat akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan mereka. Terdapat sejumlah faktor yang diyakini memengaruhi nilai perusahaan, antara lain profitabilitas, likuiditas, dan leverage (Ripany, 2022).

Melihat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan teori sinyal. Teori sinyal atau signalling theory dikembangkan oleh Akerlof (1970), dalam karya "The Market for Lemons", yang memperkenalkan istilah informasi asimetri (assymetri information). Teori sinyal mengemukakan bahwa perlu menyampaikan sinyal atau

petunjuk kepada para pengguna laporan keuangan. Sinyal ini merupakan bentuk komunikasi dari manajemen untuk menunjukkan upaya yang telah dilakukan dalam memenuhi harapan pemilik perusahaan. Informasi yang disampaikan bisa berupa promosi atau bentuk penyampaian lainnya yang bertujuan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja atau kondisi yang lebih baik dibandingkan perusahaan lain.

Kasmir (2017) Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Jika nilai profitabilitas perusahaan dalam kondisi baik maka *stakeholders* yang terdiri dari *supplier*, kreditur, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari penjualan investasi. Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *return on asset* (ROA). Dimana, ROA dapat menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba dari sumber daya atau aset yang dimiliki perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dwi & Dewo, 2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Meningkatnya pertumbuhan profitabilitas perusahaan mencerminkan prospek yang positif di masa depan, sehingga perusahaan dipandang lebih bernilai oleh investor. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Efendi, 2022), menunjukkan hasil penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena investor tidak hanya berfokus pada

besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan aktivitas sosial jangka panjang yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang mampu mencetak laba tinggi akan meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan investor, karena dinilai mampu memberikan imbal hasil yang menguntungkan. Selain itu, kinerja manajemen yang baik tercermin dari laba tersebut, sehingga menumbuhkan kepercayaan investor. Kepercayaan ini pada akhirnya dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong kenaikan harga saham dan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Fahmi (2020) Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Secara umum, rasio ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu *current ratio* dan *quick ratio*. *Current ratio* digunakan sebagai indikator umum solvabilitas jangka pendek, yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat membayar utangnya saat jatuh tempo. Sementara itu, *quick ratio* merupakan ukuran yang lebih cermat terhadap solvabilitas jangka pendek karena tidak memasukkan persediaan dalam perhitungan, mengingat persediaan tergolong aset lancar yang kurang likuid dan berpotensi menimbulkan kerugian.

Tingkat likuiditas yang tinggi dapat mengurangi risiko perusahaan gagal memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek kepada kreditur, dan sebaliknya, likuiditas yang rendah meningkatkan risiko tersebut. Besar kecilnya tingkat likuiditas juga memengaruhi ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya. Semakin tinggi likuiditas, semakin besar pula

efisiensi perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan aset lancarnya (Prabowo et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahma & Munfaqiroh, 2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan tersebut berbeda dengan hasil penelitian (Dwi & Dewo, 2023) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga terdapat ketidakkonsistenan dalam hasil penelitian sebelumnya. Dalam studi ini, rasio likuiditas yang digunakan diproksikan melalui *current ratio*, karena rasio tersebut menggambarkan sejauh mana aset lancar dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Semakin tinggi perbandingan antara aset lancar dan liabilitas lancar, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya (Ripany, 2022). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung lebih menarik bagi investor dan dinilai memiliki kinerja yang baik, sehingga dapat mendorong investor untuk menanamkan modalnya.

Rasio *leverage* juga sama pentingnya dengan rasio profitabilitas dan rasio likuiditas yang digunakan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan untuk mengetahui nilai perusahaan (Susilaningrum, 2016). Menurut Kasmir (2017), rasio leverage merupakan alat untuk menilai sejauh mana aset perusahaan didanai oleh utang. Rasio ini juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh pinjaman baru dengan menjadikan aset tetap sebagai jaminan. Dengan demikian, rasio leverage

dapat menunjukkan tingkat keamanan bagi calon kreditur atau pihak bank. Namun, perusahaan yang tergolong solvabel belum tentu memiliki likuiditas yang baik, dan sebaliknya, perusahaan yang tidak solvabel belum tentu tidak likuid. Penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Nurhayati, 2022) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahma & Munfaqiroh, 2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Investor memiliki hak untuk menilai nilai suatu perusahaan, tidak hanya dari sisi profitabilitas yang diperoleh, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti likuiditas dan leverage yang dianggap sama pentingnya. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan berupaya lebih keras untuk memperbaiki dan meningkatkan indikator-indikator keuangan yang menjadi acuan bagi para investor dalam menilai kinerja perusahaan.

Upaya perusahaan dalam meningkatkan nilai sering kali mengabaikan tanggung jawab sosialnya untuk menjaga keberlanjutan sumber daya yang dimanfaatkan, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Beberapa perusahaan bahkan terus mengeksploitasi sumber daya alam tanpa memperhatikan dampaknya terhadap masyarakat sekitar, yang pada akhirnya menyebabkan penurunan kondisi sosial di lingkungan tersebut (Susilaningrum, 2016).

Asosiasi Pertambangan Indonesia menyoroti data statistik yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam enam besar negara

dengan kekayaan sumber daya tambang. Fakta ini menempatkan sektor pertambangan pada posisi strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, industri ini juga dikenal sebagai salah satu sektor korporasi yang kerap mengabaikan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya.

Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan erat dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Keberlangsungan suatu perusahaan hanya dapat terjaga apabila perusahaan turut memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar sebagai akibat dari kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memegang peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, selain dari aspek kinerja keuangan.

Kekayaan alam yang melimpah di Indonesia menjadikan negara ini sebagai sasaran utama bagi banyak pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas produksinya. Industri pertambangan di Indonesia didominasi oleh PT Freeport Indonesia dan PT Newmont Nusa Tenggara, dengan sekitar 85% hasil tembaga nasional diekspor ke luar negeri. Sementara itu, pada tahun 2011, PT Newmont mulai membangun pabrik aluminium di Kalimantan Barat melalui kerja sama dengan perusahaan asal Jepang, dengan target produksi tahunan sebesar 300.000 ton pada tahun 2014.

PT Freeport dan PT Newmont Nusa Tenggara merupakan dua perusahaan tambang terbesar yang beroperasi di Indonesia. Namun, keberadaan keduanya mendapat sorotan dari LSM Watch Indonesia karena dinilai belum memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat di sekitar wilayah operasinya. Pemerintah Provinsi Papua, yang memiliki status otonomi khusus, menyatakan bahwa seharusnya 80% pendapatan nasional dari Freeport diberikan kepada Papua, namun realitanya hal tersebut belum terwujud (Sumber: Harian Investasi Kontan dalam Susilaningrum, 2016).

Kasus pencemaran lingkungan lainnya adalah peristiwa semburan lumpur Lapindo yang terjadi pada tahun 2008, yang hingga kini belum menemukan solusi yang tuntas. Dampak dari kejadian ini tidak hanya merugikan perusahaan, tetapi juga sangat merugikan masyarakat sekitar. Warga terdampak mengalami kehilangan tempat tinggal, lahan pertanian, serta rusaknya infrastruktur seperti jalan raya dan fasilitas umum lainnya.

Indonesia saat ini kembali menjadi sorotan dalam isu lingkungan setelah Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) mencabut izin operasi empat perusahaan tambang nikel di wilayah Raja Ampat. Menteri ESDM, Bahlil Lahadalia, mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut terbukti melakukan pelanggaran terhadap aturan lingkungan hidup dan membahayakan kelestarian kawasan konservasi laut. Keempat perusahaan yang dicabut izinnya adalah PT Kawei Sejahtera Mining di Pulau Kawe, PT Mulia Raymond Perkasa di Pulau Batang Pele

dan Pulau Manyafun, PT Anugerah Surya Pertama di Pulau Manuran, serta PT Nurham di Pulau Yesner, Waigeo Timur. Langkah ini diambil sebagai bentuk perlindungan terhadap biota laut dan ekosistem di kawasan yang kini ditetapkan sebagai bagian dari Geopark. Seperti yang dijelaskan oleh Bahlil, "Alasan pencabutan tadi saya sudah sampaikan, bahwa pertama, secara lingkungan, atas apa yang disampaikan oleh Menteri Lingkungan Hidup kepada kami, itu melanggar" (Kompas.com, 2025).

Permasalahan dari penetapan Harga Batu Bara Acuan (HBA) periode kedua Juni 2025 oleh Kementerian ESDM bukan hanya soal naik-turunnya harga di pasar global, tetapi juga bisa memperburuk kerusakan lingkungan di Indonesia. Saat harga batu bara kalori tinggi turun, perusahaan bisa terdorong untuk menambang lebih banyak demi menutupi kerugian, yang berarti membuka lebih banyak lahan tambang. Proses tambang terbuka ini sering merusak hutan (deforestasi), menghancurkan tanah, mencemari air tanah, dan mengganggu habitat satwa liar. Di sisi lain, harga batu bara kalori rendah justru naik, padahal jenis batu bara ini menghasilkan lebih banyak asap dan gas berbahaya saat dibakar. Akibatnya, pencemaran udara meningkat dan kualitas lingkungan di sekitar pembangkit listrik bisa semakin buruk. Karena Indonesia masih sangat bergantung pada batu bara, kebijakan harga yang tidak dibarengi aturan perlindungan lingkungan yang ketat bisa mempercepat kerusakan alam dan memperlambat peralihan ke energi yang lebih bersih dan ramah lingkungan. (Cnbcindonesia.com, 2025).

Berdasarkan kasus tersebut, diperlukan suatu mekanisme yang mampu menyajikan informasi terkait tanggung jawab perusahaan yang berlandaskan pada konsep *triple bottom line*, yaitu tanggung jawab yang mencakup aspek sosial, lingkungan, dan keuangan. Dengan demikian, setiap perusahaan dituntut untuk mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial yang dijalankannya, yang dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk menjalankan praktik bisnis secara etis serta berperan aktif dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan. (Prabowo et al., 2020)

Penelitian Hajering & Su'un (2019) menekankan bahwa CSR yang meliputi tanggung jawab terhadap lingkungan, pegawai, dan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, dengan tanggung jawab terhadap pegawai sebagai faktor dominan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa CSR bukan hanya sekadar kewajiban sosial, tetapi juga strategi perusahaan untuk menjaga keberlanjutan serta meningkatkan kepercayaan publik.

Kemampuan *corporate social responsibility* (CSR) dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh dari ketiga aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan dapat menjadi acuan bagi manajemen dalam mengevaluasi dan meningkatkan pelaksanaan tanggung jawab sosial,

khususnya pada aspek yang masih kurang memberikan dampak bagi karyawan, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan implementasi CSR sekaligus tetap mematuhi regulasi pemerintah terkait kewajiban sosial. Rendahnya perhatian terhadap pentingnya program CSR di sektor pertambangan batu bara tercermin dari data di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang belum menyusun dan menyampaikan *sustainability report* (SR) sebagaimana seharusnya (Dwi & Dewo, 2023)

Penelitian ini mengacu pada studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Pratama & Nurhayati, 2022) yang mengkaji pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. Perbedaan utama dalam penelitian ini terletak pada penggunaan variabel moderasi, di mana penelitian ini mengangkat *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi berdasarkan saran dari penelitian sebelumnya. Diharapkan dengan menambahkan CSR sebagai variabel moderasi, hasil yang diperoleh akan lebih konsisten dalam menjelaskan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, perbedaan lainnya terdapat pada pemilihan sampel dan rentang waktu penelitian. Periode penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Nurhayati, 2022) dimulai dari tahun 2016-2020, sedangkan pada penelitian ini periode penelitiannya yaitu dari 2020-2024.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti melakukan penelitian dengan pembahasan Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 4) Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
- 5) Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan?
- 6) Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah dan mengkaji secara mendalam mengenai:

- 1) Pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* terhadap nilai perusahaan
- 2) Kemampuan pengungkapan *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* terhadap nilai perusahaan

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan menyajikan gambaran serta latar belakang terkait berbagai variabel yang memengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan guna meningkatkan nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang beroperasi di Indonesia, hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi bagi kalangan akademisi dalam memperkaya informasi dan pengembangan kajian di bidang akuntansi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi studi-studi selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini perlu menjadi perhatian para investor agar dapat menganalisis dengan lebih baik hal-hal yang dapat dilihat ketika akan menanamkan modal nya diperusahaan. Bagi pemerintah, hasil penelitian

ini diharapkan mampu mengedukasi masyarakat dalam pengelolaan investasi dalam suatu perusahaan.

E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari studi sebelumnya, dengan fokus pada empat faktor yang diduga memengaruhi tingginya nilai perusahaan di mata investor, yaitu profitabilitas, likuiditas, leverage, dan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi. Subjek penelitian ini adalah perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang alur pembahasan penelitian dari awal hingga akhir. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab I menyajikan uraian pendahuluan yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, dan sistematika penulisan. Riwayat masalah dijelaskan dalam Bab I dengan mengacu pada motivasi penulis untuk meneliti variabel X, Y, dan variabel moderasi.

Bab II menyajikan uraian teori sinyal dan teori keagenan sebagai dasar teori, dilanjutkan uraian tentang profitabilitas, likuiditas, dan leverage sebagai variabel penelitian. Selanjutnya diuraikan nilai perusahaan beserta

faktor-faktor yang mempengaruhi, indikator, dan tujuan memaksimalkannya, kemudian pembahasan Corporate Social Responsibility (CSR). Bab ini diakhiri dengan kajian penelitian terdahulu untuk memperkuat landasan penelitian

Bab III berisi kerangka konseptual dan hipotesis penelitian. Kerangka konseptual meliputi suatu bentuk kerangka berpikir yang digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Serta melakukan hipotesis penelitian yang diambil serta rasionalisasi dijalankan peneliti.

Bab IV berisi metode penelitian yang menguraikan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, serta definisi operasional dan pengukurannya.

Bab V berisi hasil penelitian yang berisi uraian deskripsi data penelitian dan menyajikan hasil pengolahan data. Pada bab ini, diuraikan secara rinci hasil pengujian data.

Bab VI berisi simpulan dan saran yang menjabarkan simpulan, saran dan keterbatasan. Pada uraian simpulan dipaparkan pula implikasi penelitian serta saran yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Signalling theory atau teori sinyal dikembangkan oleh Akerlof (1970), dalam karya “The Market for Lemons”, yang memperkenalkan istilah informasi asimetri (assymetri information). Akerlof (1970) mempelajari fenomena ketidakseimbangan informasi mengenai kualitas produk antara pembeli dan penjual, dengan melakukan pengujian terhadap pasar mobil bekas. Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh et al., 2014). Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, underwriter dan pengguna informasi lainnya. Oleh karena itu, untuk menanggapi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang

dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya.

Isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor dalam bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sesuai dengan pernyataan tersebut, perusahaan dengan prospek masa depan yang menguntungkan akan mencoba untuk menghindari penjualan saham perusahaan melainkan mengusahakan pendapatan modal baru melalui cara lain seperti penggunaan hutang melebihi target struktur modal normal. Sebaliknya, perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung menjual saham perusahaannya. Dengan kata lain pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan merupakan suatu isyarat atau sinyal yang menandakan bahwa manajemen perusahaan memandang prospek perusahaan tersebut suram dan apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru dengan frekuensi yang lebih sering dari biasanya maka harga saham perusahaan tersebut akan menurun, hal ini diakibatkan karena dengan menerbitkan saham baru maka memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham (Przepiorka & Berger, 2017). Dengan kata lain kenaikan harga saham atau tingginya harga saham suatu perusahaan merupakan indikasi bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan (*firm value*) yang tinggi.

Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham seiring dengan meningkatnya harga saham (Nguyen, 2018). Teori sinyal berhubungan dengan nilai perusahaan, apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya.

B. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan menyatakan hubungan keagenan muncul ketika seorang individu atau kelompok, yang dikenal sebagai prinsipal, mempekerjakan individu lain, disebut sebagai agen, melakukan layanan serta memberi mereka otoritas pengambilan keputusan (Dede Sutisna, dkk 2024). Dalam konteks ini, tim manajemen berfungsi staf profesional, berperan sebagai agen, memiliki pemahaman komprehensif tentang administrasi perusahaan yang efektif untuk memaksimalkan keuntungan pemilik dengan tetap menjaga efisiensi biaya. Sementara pihak principal yakni pemilik perusahaan (pemegang saham), berkeinginan untuk meraih laba sebesar mungkin dengan biaya yang telah mereka keluarkan serta memberikan insentif kepada agen dengan beragam fasilitas, baik dalam bentuk keuangan ataupun non keuangan (Lasmono & Siregar, 2021).

Agency theory adalah sebuah teori yang menjelaskan hubungan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen dari prinsipal tersebut (manajemen). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat dipandang

sebagai jaringan kontraktual antara pemilik sumber daya dan manajer perusahaan. Hubungan keagenan terbentuk ketika satu atau beberapa pihak, yang disebut sebagai pemegang saham, merekrut pihak lain, yaitu agen, untuk melaksanakan tugas tertentu, dan kemudian memberikan kewenangan kepada agen tersebut untuk mengambil keputusan (Muritala, 2018)

Asimetri informasi terjadi karena adanya informasi lebih yang dimiliki agen (manajemen) dibandingkan dengan pemegang saham. Dengan adanya asimetri informasi ini dapat menimbulkan permasalahan yang disebabkan oleh kesulitan pemegang saham untuk mengontrol dan mengevaluasi setiap tindakan yang dilakukan oleh agen.

C. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan/laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Hanafi & Halim, 2018). Menurut Husnan, 2019 menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat penjualan, aset, dan ekuitas.

Kasmir (2019) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu, rasio ini juga mencerminkan seberapa efektif manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba, baik dari aktivitas penjualan maupun dari pendapatan investasi. Dengan demikian, tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Salah satu variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, dimana penulis akan menggunakan *Return On Asset* (ROA) sebagai alat ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan seluruh aset yang dimiliki perusahaan dalam suatu periode.

Profitabilitas perusahaan mencerminkan tingkat pengembalian investasi yang diperoleh investor. Rasio profitabilitas menjadi indikator untuk menilai seberapa efektif manajemen dalam menghasilkan keuntungan, baik melalui penjualan maupun pendapatan dari investasi (Kasmir, 2019). Kondisi ini mengindikasikan bahwa kekayaan investor akan merespons sinyal positif terhadap prospek pertumbuhan perusahaan, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan di mata investor, tercermin dari naiknya harga saham.

Dari sudut pandang teori sinyal, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan menyampaikan sinyal kepada investor melalui penyampaian informasi mengenai kinerja perusahaan. Informasi ini dapat memberikan indikasi terhadap prospek usaha di masa depan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang tercatat dalam laporan keuangan, maka menunjukkan kinerja keuangan yang semakin baik, yang pada akhirnya mencerminkan peningkatan kekayaan investor dan memberikan penilaian bahwa prospek perusahaan ke depan semakin menguntungkan (Ayu & Suarjaya, 2017). Secara singkat, pertumbuhan profitabilitas akan meningkatkan laba perusahaan dan tingkat pengembalian investasi sehingga dapat mempengaruhi perspektif para pemegang saham (investor)

atas meningkatnya nilai perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan.

Keterkaitan antara profitabilitas perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) telah menjadi asumsi fundamental yang mengindikasikan bahwa respon terhadap isu-isu sosial memerlukan keterlibatan aktif dari manajemen. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin luas pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan.

D. Likuiditas

Likuiditas merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang jatuh tempo, dengan memanfaatkan aset lancar yang dimilikinya (Lumoly et al., 2018). Artinya apabila suatu perusahaan ditagih, maka perusahaan tersebut mampu memenuhi (membayar) utangnya terutama utang yang sudah jatuh tempo. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu membayar utang yang dimiliki.

Kasmir (2017) juga mengungkapkan bahwa rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Caranya adalah dengan membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di pasiva lancar (utang jangka pendek). Rasio likuiditas secara umum terbagi menjadi dua jenis. Pertama, *current ratio*, yaitu rasio yang umum digunakan untuk mengukur solvabilitas jangka pendek, yang mencerminkan kemampuan

perusahaan dalam memenuhi kewajiban saat jatuh tempo. Kedua, quick ratio atau yang dikenal sebagai rasio cepat, merupakan indikator yang lebih selektif dibanding current ratio karena dalam perhitungannya tidak memasukkan persediaan. Hal ini disebabkan persediaan dianggap sebagai aset lancar yang kurang likuid dan berpotensi menimbulkan kerugian (Fahmi, 2020). Dalam penelitian ini, rasio likuiditas diukur menggunakan current ratio sebagai indikator.

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan menyampaikan informasi keuangan kepada pihak eksternal sebagai bentuk sinyal untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Dalam hal ini, current ratio digunakan sebagai indikator untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Current ratio yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki kondisi likuiditas yang baik, mampu membayar utang jangka pendek tepat waktu, dan dikelola secara keuangan dengan sehat. Sinyal tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor serta berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Tingkat likuiditas yang baik dapat mendorong perusahaan untuk lebih aktif dalam kegiatan CSR karena perusahaan merasa memiliki kapasitas keuangan yang cukup untuk menjalankan program sosial tanpa mengganggu operasional utama. Sebaliknya, perusahaan dengan likuiditas rendah mungkin akan lebih fokus pada kelangsungan operasional dan menunda aktivitas sosial yang dianggap tidak mendesak. Oleh karena itu,

terdapat kecenderungan bahwa semakin tinggi likuiditas perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR secara lebih luas.

E. *Leverage*

Leverage digunakan untuk mengukur proporsi kewajiban yang dimanfaatkan perusahaan dalam pendanaan asetnya. Perusahaan multinasional umumnya melakukan transfer utang atau modal sendiri guna membiayai entitas dalam grup usaha. Rasio *leverage*, yang juga dikenal sebagai rasio solvabilitas, memiliki tingkat kepentingan yang setara dengan rasio likuiditas dan profitabilitas dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, khususnya dalam menentukan nilai perusahaan

Rasio *leverage* menunjukkan cara perusahaan membiayai operasionalnya dengan menggunakan utang, serta mencerminkan sejauh mana tingkat pembiayaan tersebut berkontribusi terhadap nilai perusahaan (Kurniasih et al., 2013). Selain itu, *leverage* juga berperan dalam mencerminkan posisi perusahaan ketika mengajukan pinjaman baru dengan menjaminkan aset tetap yang dimilikinya. Kondisi ini memberikan gambaran mengenai tingkat keamanan bagi calon kreditur atau pihak perbankan dalam menilai risiko pemberian pinjaman. Sebuah perusahaan yang *solvable* belum tentu bisa dikatakan likuid dan sebaliknya sebuah perusahaan yang *insolvable* belum tentu likuid (Susilaningrum, 2016).

Untuk mengukur tingkat *leverage* dalam penelitian ini, digunakan pendekatan yang konsisten dengan pengukuran yang dikemukakan oleh

Robert (1992), yakni melalui Debt to Equity Ratio (DER). Menurut Kasmir (2015), DER merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan antara total liabilitas dan ekuitas. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari kreditur dibandingkan dengan dana yang berasal dari pemilik perusahaan.

Leverage berperan sebagai mekanisme pengendalian untuk mengurangi konflik agensi antara manajer dan pemilik. Tingginya utang mendorong manajer menjaga arus kas agar mampu memenuhi kewajiban, sehingga membatasi perilaku oportunistik dan mendorong efisiensi. Sesuai dengan pandangan Jensen dan Meckling (1976), struktur modal khususnya penggunaan utang dapat digunakan untuk mengarahkan perilaku agen agar sejalan dengan kepentingan pemilik.

Leverage berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Ketika kondisi keuangan perusahaan cukup kuat dan mampu memenuhi kewajiban utangnya, keberadaan utang tidak menjadi hambatan dalam pelaksanaan aktivitas sosial. Justru, perusahaan dengan leverage yang tinggi namun tetap sehat secara finansial dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai strategi untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan memperkuat reputasi di mata kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

F. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran terhadap kondisi perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat

keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, tercermin dalam harga saham perusahaan. Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang semua tergantung pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat Sartono (2012).

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan, yang umumnya dikaitkan dengan pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin besar pula nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja saat ini maupun prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan menjadi hal yang sangat penting, karena hal tersebut juga berarti mendorong tercapainya tujuan utama perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Nilai perusahaan memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan

harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham (Fahmi, 2014). Keberhasilan atau kegagalan keputusan manajemen hanya dapat diukur dari sejauh mana keputusan tersebut memengaruhi harga saham biasa perusahaan. Saham adalah tanda penyertaan atau tanda kepemilikan seseorang atau badan usaha pada suatu perusahaan.

Tujuan dari analisis saham adalah untuk memperkirakan nilai intrinsik suatu saham, lalu membandingkannya dengan harga pasar saat ini. Nilai intrinsik mencerminkan nilai sekarang (present value) dari arus kas yang diperkirakan akan diterima dari saham tersebut. Pedoman yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $NI > \text{harga pasar saat ini}$, maka saham tersebut dinilai *undervalued* (harganya terlalu rendah), seharusnya dibeli atau ditahan.
- b) Apabila $NI < \text{harga pasar saat ini}$, maka saham tersebut dinilai *overheard* (harganya terlalu mahal), oleh karena itu harus dijual.
- c) Apabila $NI = \text{harga pasar saat in}$, maka saham tersebut dinilai wajar harganya dan berada dalam kondisi keseimbangan

Semakin tinggi harga saham, semakin besar pula kesejahteraan pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan yang optimal, investor biasanya mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada para profesional. Profesional ini bertindak sebagai manajer atau komisaris yang bertanggung jawab menjaga kinerja perusahaan tetap baik, agar harga saham tetap stabil dan tidak menurun.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh (Zarlia & Salim, 2014) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Susilaningrum, 2016) menemukan bahwa CSR berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan.

Dari kedua hasil penelitian sebelumnya, dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, penelitian ini akan menggunakan faktor-faktor atau variabel profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan secara individu (parsial) dengan corporate social responsibility (CSR) berperan sebagai variabel moderasi.

2. Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur melalui indikator *price earning ratio* (PER) dan *market to book value* (MBV) atau *price to book value* (Husnan, 2019). Menurut (M. Rahayu & Sari, 2018) indikator untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. Price Earning Ratio (PER), PER menunjukkan perbandingan antara closing price dengan laba per lembar saham (earning per share).

2. Tobin's Q Ratio (Q Tobin), nilai pasar dari aset perusahaan dibagi dengan biaya penggantian.
3. Price to Book Value (PBV), hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku.

Berdasarkan penjelasan tersebut, secara umum terdapat tiga indikator utama untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu price earning ratio (PER), rasio tobin's Q (Q tobin), dan price to book value (PBV).

3. Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Teori-teori dalam bidang keuangan memiliki satu tujuan utama, yaitu meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Sudana, 2015). Tujuan normatif ini dapat dicapai melalui upaya untuk mengoptimalkan nilai pasar perusahaan. Bagi perusahaan yang telah *go public*, meningkatkan nilai perusahaan berarti juga meningkatkan harga saham di pasar.

Upaya memaksimalkan nilai perusahaan sebagai tujuan utama dinilai lebih tepat karena alasan berikut:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti mengoptimalkan nilai saat ini dari seluruh keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham di masa depan, sehingga memiliki orientasi jangka panjang.
2. Mempertimbangkan faktor risiko.
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dibandingkan sekedar laba menurut pengertian akuntansi.

Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawabnya

G. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk turut andil dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup serta lingkungan yang memberi manfaat bagi perusahaan, komunitas lokal, dan masyarakat secara luas. Mengingat aktivitas perusahaan sangat bergantung pada lingkungan dan aspek sosial, maka kepercayaan dari para pemangku kepentingan menjadi hal yang penting. Oleh karena itu, *stakeholder* perlu mendapatkan peran strategis dalam proses pengambilan kebijakan dan keputusan perusahaan, agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terjaga dan tujuan perusahaan dapat tercapai (Murnita & Putra, 2018).

Corporate social responsibility Disclosure merupakan suatu proses pengungkapan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu entitas kepada stakeholders dan masyarakat. Pengungkapan CSR diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan indikator Global Reporting Initiatives (GRI 14 Mining Sector tahun 2024). Berdasarkan indikator-indikator tersebut, *Global Reporting Initiative Sector Standard GRI 14: Mining Sector (2024)* menetapkan 25 topik material yang relevan bagi sektor pertambangan.

Undang-undang no 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa CSR merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat sekitarnya.

Corporate social responsibility memiliki pengaruh sangat baik dalam meningkatkan reputasi dan kinerja finansial perusahaan, karena dengan pelaksanaan CSR yang sesuai, masyarakat akan merasakan kehadiran perusahaan dalam memperbaiki kehidupan kearah positif sehingga akan memperkuat reputasi yang baik dari pandangan konsumen dan kinerja finansial perusahaan akan meningkat. Perusahaan saat ini menganggap pengungkapan CSR merupakan bagian dari strategi perusahaan. Perusahaan menyadari pentingnya penerapan CSR dapat menjadi bagian dalam strategi bisnis perusahaan.

H. Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan penelitian ini mengenai profitabilitas, likuiditas, leverage, nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* yang telah memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya terutama bagi penelitian ini.

Penelitian oleh Galang Pratama dan Ida Nurhayati (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh. Kebijakan dividen ditemukan mampu memoderasi, dengan

memperkuat pengaruh profitabilitas dan leverage, serta memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, I.G.A.S. Darmawan dan G.P.A.J (2022) menemukan bahwa leverage berpengaruh negatif signifikan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan subsektor farmasi di masa pandemi Covid-19.

Selanjutnya, penelitian Catur Wulandari dan David Efendi (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, namun Corporate Social Responsibility (CSR) mampu memperkuat pengaruh tersebut. Temuan berbeda dihasilkan oleh Irnia Nur Jaziro dan Anang Subardjo (2023) yang menguji pengaruh profitabilitas dengan indikator NPM, ROA, dan ROE. Hasilnya, NPM berpengaruh positif signifikan, sedangkan ROA dan ROE tidak berpengaruh. CSR hanya mampu memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan, namun tidak memoderasi pengaruh ROA dan ROE.

Penelitian Pemy Christiaan (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas maupun nilai perusahaan, serta profitabilitas juga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Michael Dwi Prasetyo Dewo G. (2023) membuktikan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi likuiditas (CR) dan solvabilitas (DER) tidak berpengaruh, serta CSR tidak mampu memoderasi hubungan ketiga variabel tersebut terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian Putu Elia Meilinda Murnita dan I Made Pande Dwiana Putra (2018), Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage justru memperlemah pengaruh tersebut. Hasil berbeda ditemukan oleh Wahyuni, I Nyoman Nugraha AP, dan Siti Aisyah Hidayati (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun CSR tidak memoderasi hubungan tersebut.

Muhammad Saddam, Osman Ali, dan Jamaluddin Ali (2021) meneliti perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI tahun 2017–2019 dan menemukan bahwa ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap PBV, sementara ROE dan NPM berpengaruh positif signifikan. Secara simultan, profitabilitas dengan indikator ROA, ROE, dan NPM berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian Fajar Rakasiswi Syamsuddin, Masdar Mas'ud, dan Muhsin Wahid (2021) pada perusahaan properti dan real estate BEI periode 2015–2018 menunjukkan bahwa solvabilitas, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan dengan kontribusi determinasi sebesar 43%.

Untuk memberikan landasan teoritis serta memperkuat posisi penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik dibahas dan dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Galang Pratama, Ida Nurhayati (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Nilai Perusahaan dan Kebijakan Dividen	Profitabilitas dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen dapat memoderasi dalam hal ini memperkuat pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen dapat memoderasi dalam hal ini memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
2	I.G.A.S. Darmawan, G.P.A.J (2022)	Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi Di Bursa Efek	Leverage, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	Leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas memiliki

		Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19		pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Catur Wulandari, David Efendi (2022)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas, Nilai Perusahaan dan Corporate Social Responsibility	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4	Irnia Nur Jaziro, Anang Subardjo (2023)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi Anang Subardjo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya	Profitabilitas (NPM, ROA, ROE), Nilai Perusahaan (PBV) dan Corporate Social Responsibility	NPM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, sedangkan ROA dan ROE tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. CSR dapat memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan

5	Pemy Christiaan (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi)	Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	Michael Dwi Prasetyo Dewo G. (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility	Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas Nilai Perusahaan dan Corporate Social Responsibility	Profitabilitas (ROA): berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas (Current Ratio): tidak berpengaruh signifikan. Solvabilitas (DER): juga tidak berpengaruh signifikan. CSR Disclosure: Tidak memoderasi ketiga variabel

				(ROA, CR, DER) terhadap nilai perusahaan
7	Putu Elia Meilinda Murnita, I Made Pande Dwiana Putra (2018)	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi	Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage	Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Variabel leverage memperlemah pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.
8	Wahyuni, I Nyoman Nugraha AP, Siti Aisyah Hidayati (2018)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2010 – 2017)	Profitabilitas, Nilai Perusahaan dan Corporate Social Responsibility	Profitabilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan. CSR tidak memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan
9	Muhammad Saddam,	Pengaruh Profitabilitas	Profitabilitas	Penelitian pada perusahaan

	Osman Ali, Jamaluddin Ali (2021)	Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2019)	Nilai Perusahaan	sektor industri barang konsumsi BEI 2017–2019 menunjukkan bahwa secara parsial ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap PBV, sedangkan ROE dan NPM berpengaruh positif signifikan. Secara simultan, ketiga indikator profitabilitas tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Fajar Rakasiswi Syamsuddin, Masdar Mas'ud, Muhsin Wahid	Effect Of Solvency, Profitability And Liquidity On Company Value (Study Of Property And Real Estate Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The Period 2015-2018)	Solvabilitas, Profitabilitas, Likuiditas dan Nilai Perusahaan	Penelitian menunjukkan bahwa solvabilitas, profitabilitas, dan likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan kontribusi yang cukup kuat.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

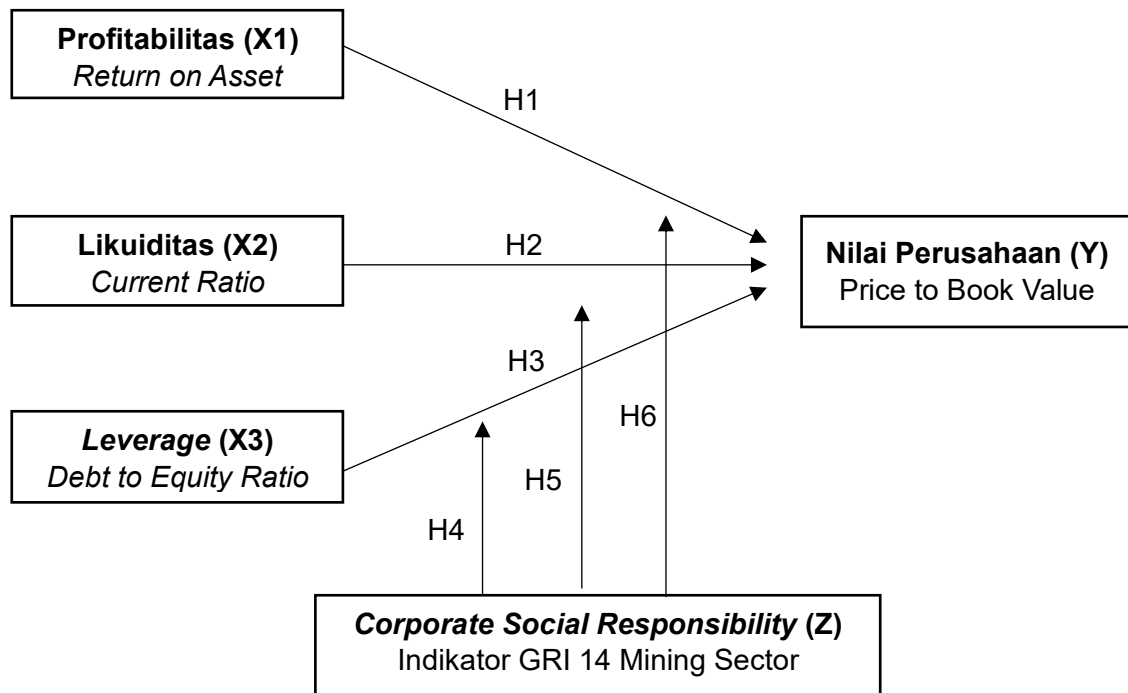
A. Kerangka Konseptual

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai ini menjadi indikator keberhasilan manajemen serta dasar utama bagi investor dalam mengambil keputusan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini berperan sebagai variabel moderasi yang berpotensi memperkuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Implementasi CSR yang konsisten mencerminkan komitmen perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan, yang pada gilirannya dapat membentuk citra positif, meningkatkan legitimasi organisasi, serta memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan.

Pada penelitian ini, kerangka konseptual disusun untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti. Variabel independen terdiri dari Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), dan Leverage (X3). Profitabilitas diukur menggunakan indikator Return on Asset (ROA), Likuiditas diukur dengan Current Ratio (CR), sedangkan Leverage diukur melalui Debt to Equity Ratio (DER). Variabel dependen adalah Nilai Perusahaan (Y) yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi, yaitu Corporate Social Responsibility (Z) yang diukur dengan indikator GRI 14 Mining Sector.

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar :



Gambar 1
Kerangka Konseptual

B. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas perusahaan dapat mencerminkan return atau pengembalian investasi dari para investor. Artinya, semakin besar rasio ini semakin besar tingkat pengembalian investasi kepada para investor (Kasmir, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa kekayaan investor semakin besar dan prospek perusahaan yang menjanjikan. Dalam teori sinyal seorang investor akan menangkap sinyal positif dari pertumbuhan

prospek perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan.

(Ayu & Suarjaya, 2017) mengungkapkan bahwa perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha dimasa yang akan datang.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prabowo et al., 2020) yang mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni et al., 2018), mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil studi tersebut, maka peneliti menduga bahwa:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi utang jangka pendek (Kasmir, 2019). Jika perusahaan tersebut memiliki tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang tinggi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat likuiditas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan begitu juga sebaliknya. Teori sinyal akan digunakan dalam pengaruh likuiditas terhadap nilai

perusahaan, dimana perusahaan akan memberikan sinyal informasi mengenai pengelolaan likuiditas untuk menarik investor. Likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tersebut yaitu (Susilaningrum, 2016) dimana penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahma & Munfaqiroh, 2021) yang memperoleh hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan. Semakin meningkatkan likuiditas perusahaan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil studi tersebut, maka peneliti menduga bahwa:

H2: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Harahap (2013) menyatakan bahwa *leverage* menggambarkan antara utang perusahaan dengan modal untuk melihat sejauh mana aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang atau pihak luar dibandingkan dengan kemampuan perusahaan. Pada prinsipnya *leverage* memberikan gambaran tentang tingkat hutang perusahaan. Artinya, seberapa besar porsi utang pada perusahaan jika dibandingkan dengan modal atau asset yang ada. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir

resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya *leverage* semakin besar menunjukkan resiko investasi yang besar pula. Perusahaan yang mempunyai resiko *leverage* yang rendah maka memiliki resiko *leverage* yang lebih kecil. Dengan tingginya rasio *leverage* maka perusahaan memiliki total hutang lebih besar dibandingkan dengan total assetnya. Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung dana yang disediakan oleh kreditur, rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan asset suatu perusahaan, apabila investor melihat suatu perusahaan dengan asset yang tinggi dan rasio *leverage* tinggi maka mereka akan berfikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena perusahaan tersebut dapat dikhawatirkan asset tinggi tersebut didapat dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi jika perusahaan tersebut tidak dapat membayar kewajiban tepat waktu (F.A Khasana, 2019).

Teori sinyal yang digunakan untuk mengukur pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan memberikan informasi yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, karena rasio leverage juga merupakan salah satu indikator untuk menentukan peluang investasi oleh para calon investor. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dwi & Dewo, 2023) yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Nurhayati, 2022) yang

menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menduga:

H3: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi *Corporate Social Responsibility*

Profitabilitas perusahaan sering kali menjadi faktor pendorong dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula kecenderungan perusahaan untuk menyampaikan informasi sosial kepada publik. Meski demikian, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh laba yang tinggi semata. Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan juga menjadi indikator penting yang mencerminkan orientasi jangka panjang dan keberlanjutan kinerja, yang pada akhirnya memberikan sinyal positif kepada investor (Prabowo et al., 2020).

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung berusaha meningkatkan CSR untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tersebut tidak hanya memperhatikan dampak jangka pendek (profit) namun juga tujuan jangka panjang yaitu meningkatnya nilai perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan mengirim sinyal baik (good news) bagi investor bahwa mereka terlibat dalam strategi lingkungan secara proaktif. Pengungkapan ini menyadarkan investor akan fakta keberlanjutan jangka

panjang, dimana anggapan praktik pengelolaan lingkungan telah berubah dari pengeluaran menjadi suatu investasi.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan akibat aktivitas operasional disekitar daerah perusahaan beroperasi, oleh karena itu CSR mempunyai andil besar dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dwi & Dewo, 2023) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menduga:

H4: Corporate social responsibility (CSR) dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

5. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility dapat digunakan sebagai jalan keluar untuk konflik antara pemegang saham dan juga dapat membawa perusahaan dalam memaksimalkan kinerja perusahaan (Prabowo et al., 2020). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung lebih menarik bagi investor karena menunjukkan kemampuan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Berdasarkan teori sinyal, pengungkapan CSR dapat dilihat sebagai sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan memiliki komitmen

terhadap keberlanjutan. Sementara itu, dari sudut pandang teori agensi, CSR dapat berfungsi sebagai mekanisme untuk mereduksi asimetri informasi dan mengurangi potensi konflik antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen), sehingga pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Perusahaan yang menerapkan CSR secara intensif dapat memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan memiliki potensi dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susilaningrum, 2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan antara likuiditas dengan nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh (Dwi & Dewo, 2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menduga:

H5: Corporate Social Responsibility dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

6. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi *Corporate Social Responsibility*

Pelaporan dan pengungkapan informasi corporate social responsibility merupakan sebuah upaya atau strategi manajemen untuk memberikan sebuah sinyal kepada para stakeholder atau para investor bahwa perusahaan transparan, akuntabel, dan komitmen terhadap keberlanjutan bisnis yang ramah lingkungan dan sosial (Prabowo et al.,

2020). Meskipun tingkat hutang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut tinggi, tetapi terdapat hubungan yang baik antara perusahaan dan debtholders serta mampu memberikan informasi sosial.

Perusahaan yang dikelola dengan baik diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaannya, meskipun memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap utang. Dalam kondisi *leverage* yang tinggi, manajemen cenderung terdorong untuk mengungkapkan informasi CSR secara lebih komprehensif sebagai bentuk komunikasi strategis kepada pihak eksternal. Berdasarkan teori sinyal, pengungkapan CSR yang lengkap berfungsi sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang dapat menarik minat investor dan kreditur. Sementara itu, menurut teori agensi, pelaporan CSR juga dapat mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemilik modal, serta memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan terhadap pengelolaan perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susilaningrum, 2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh rasio leverage terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh (Widiawati & Linawati, 2022) menunjukkan bahwa profitabilitas yang dimoderasi oleh CSR, Leverage yang dimoderasi oleh CSR secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H6: Corporate Social Responsibility dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), *Leverage* (X3), Nilai Perusahaan (Y), dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Z)

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada periode 5 tahun mulai tahun 2020-2024. Dipilihnya Bursa Efek Indonesia sebagai tempat penelitian karena BEI merupakan bursa pertama di Indonesia, yang dianggap memiliki data yang lengkap dan telah terorganisir dengan baik.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter yang bersifat kuantitatif. Penelitian ini memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang dikumpulkan mencakup informasi mengenai profitabilitas, likuiditas, leverage, nilai perusahaan serta pengungkapan

corporate social responsibility.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020-2024 dengan jumlah populasi sebanyak 22 perusahaan.

Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan beberapa kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti berjumlah 9 perusahaan. Adapun kriteria pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel Penelitian	Jumlah
	Populasi Perusahaan	22
1	Perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang tidak mempublikasikan laporan tahunan selama tahun 2020-2024	(2)
2	Perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang tidak mengungkapkan laporan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) selama tahun 2020-2024	(2)
3	Perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang mengalami kerugian	(9)
	Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria	9
	Jumlah observasi dalam penelitian (9 sampel x 5 Tahun)	45

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa sampel pada penelitian ini berjumlah 9 perusahaan untuk periode 5 tahun pengamatan yaitu tahun 2020-2024. Sampel tersebut dipilih karna telah memenuhi kriteria umum yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk penelitian ini untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai landasan dalam penelitian maka peneliti melakukan pengumpulan data dengan beberapa kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Seluruh data dalam penelitian ini baik data variabel independen maupun variabel dependen menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diterbitkan ataupun digunakan oleh suatu organisasi yang secara tidak langsung diperoleh dari peneliti dari subjek penelitian yang dilakukannya. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan *corporate social responsibility (sustainability reporting)* perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2024. Data diperoleh melalui situs website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id

F. Teknik Analisis Data

Pendekatan analisis data yang digunakan untuk mengevaluasi model dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah jenis analisis yang menggunakan perhitungan statistik dan angka. Dalam penelitian ini, SPSS versi 25 digunakan untuk memudahkan analisis. Data yang digunakan dalam analisis ini berasal dari perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024.

1. Uji Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017), metode analisis deskriptif menggunakan statistik untuk menganalisis data dengan menggambarkan apa adanya, tanpa maksud menarik kesimpulan atau generalisasi. Indikator yang digunakan dalam analisis deskriptif antara lain nilai minimal (min), nilai maksimal (max), nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (std.dev) dan nilai *variance*

2. Uji Asumsi Klasik

Ghozali (2016) uji asumsi klasik bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atau persamaan regresi berganda yang digunakan. Uji yang digunakan dalam asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Ghozali (2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dua model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai oleh data yang berdistribusi normal. Secara umum, normalitas dapat diketahui melalui penyebaran titik pada grafik *P-Plot of Regression Standardized* yang mengikuti garis diagonal, atau dengan mengamati bentuk histogram dari nilai residual. Selain itu, pengujian normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dari *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* adalah:

- a. Jika hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* di atas tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Jika hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* di bawah tingkat signifikansi 0,05 tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Kondisi ini dapat memengaruhi keakuratan estimasi parameter dan validitas uji statistik dalam model. Oleh karena itu, peneliti perlu mempertimbangkan langkah perbaikan, seperti melakukan transformasi data atau menggunakan metode analisis nonparametrik sebagai alternatif.

b. Uji Multikolonieritas

Ghozali (2016) menjelaskan bahwa model regresi berganda yang baik adalah model yang variabel independennya tidak memiliki korelasi tinggi atau bebas dari multikolinearitas. Deteksi terhadap adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* melebihi 0,1, maka data dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2016) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda digunakan untuk memperoleh koefisien regresi yang berfungsi menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, metode tersebut diterapkan untuk menganalisis pengaruh variabel independen berupa profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap

variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Dengan demikian, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji sejauh mana variabel-variabel independen memengaruhi variabel dependen. Berikut ini merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

B1-B3 = Koefisien regresi

X1 = Profitabilitas

X2 = Likuiditas

X3 = *Leverage*

e = error term (tingkat kesalahan penduga)

4. Analisis Regresi Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2018). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Berikut ini merupakan persamaan regresi moderasi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + B_4X_1*Z + B_5X_2*Z + B_6X_3*Z + e \dots (2)$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan

X1 : Profitabilitas

X2 : Likuiditas

X3 : *Leverage*

Z : Corporate Social Responsibility

X1*Z : Interaksi antara Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

X2*Z : Interaksi antara Likuiditas dengan *Corporate Social Responsibility*

X3*Z : Interaksi antara Leverage dengan *Corporate Social Responsibility*

a : Konstanta

B4-B6 : Koefisien Regresi

e : error term

5. Uji Parsial / Uji Hipotesis (Uji t)

Ghozali (2016) menjelaskan bahwa uji regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian regresi dilakukan dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- Jika tingkat signifikansi $< 5\%$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.
- Jika tingkat signifikansi $> 5\%$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

6. Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2016) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model

dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan nilai R^2 yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Namun, kelemahan utama dari penggunaan koefisien determinasi adalah kecenderungannya meningkat setiap kali variabel independen baru ditambahkan ke dalam model, meskipun variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menyarankan penggunaan nilai *Adjusted R^2* dalam mengevaluasi model regresi yang paling sesuai. Berbeda dengan R^2 , nilai *Adjusted R^2* dapat meningkat atau menurun ketika variabel independen baru dimasukkan ke dalam model.

G. Definisi Operasional dan Pengukurannya

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau terikat oleh variabel bebas. variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan yang akan diukur menggunakan *price to book value* (PBV), hal ini karena *price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Ketika rasio ini tinggi, maka semakin besar tambahan kekayaan yang akan diperoleh oleh pemilik perusahaan sehingga penilaian pasar dapat menghargai

perusahaan dengan baik. PBV yang baik bagi perusahaan bernilai >1 (Husnan, 2019). Adapun rumus *price to book value* menurut (Husnan, 2019) sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{Share\ Price}{Book\ Value\ Per\ Share}$$

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel-variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen pada penelitian ini sebagai berikut:

a) Profitabilitas (X1)

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *return on assets* (ROA), karena indikator ini mampu menunjukkan tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan oleh para investor. ROA dinilai sebagai representasi efektivitas kinerja perusahaan, khususnya pada subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2023. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai ROA, maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian yang diterima investor (Kasmir, 2019). Adapun rumus dalam perhitungan *return on assets* menurut (Kasmir, 2019) sebagai berikut:

$$Return\ On\ Assets\ (ROA) = \frac{Earnings\ After\ Interest\ and\ Tax}{Total\ Assets}$$

b) Likuiditas (X2)

Likuiditas dalam penelitian ini akan diukur menggunakan current ratio (CR), hal ini karena current ratio dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara keseluruhan. Bagi perusahaan, current ratio diharapkan pada tingkat lebih dari 1. Hal ini agar semakin rendah tingkat risiko yang akan di tanggung oleh pemegang saham. Adapun rumus *current ratio* (Fahmi, 2020) adalah sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c) Leverage (X3)

Menurut (T. T. Rahayu et al., 2020) rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva yang dimiliki perusahaan berasal dari hutang atau modal, sehingga dengan rasio ini diketahui posisi perusahaan dan kewajibannya yang bersifat tetap kepada pihak lain serta keseimbangan nilai aktiva tetap dengan modal yang ada. Dalam penelitian ini *leverage* akan diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER), adapun rumus *debt to equity ratio* (DER) menurut (Kasmir, 2019) sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2018). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam konteks pelaporan keberlanjutan mengacu pada standar yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative*. Pada sektor pertambangan, *Global Reporting Initiative Sector Standard GRI 14: Mining Sector* (2024) menetapkan 25 topik material yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang dianggap paling relevan serta berdampak signifikan bagi perusahaan pertambangan dan para pemangku kepentingan.

Selanjutnya akumulasi perhitungan *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) (Haniffa Cooke, 2005). CSRDI memiliki nilai maksimal 1, ketika perusahaan mengungkapkan seluruh item *corporate social responsibility*, maka akan diperoleh CSRDI bernilai 1. Rumus perhitungan CSRDI sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{n_j}$$

Keterangan:

CSRD_{ij} : *corporate social responsibility disclosure index*
perusahaan j atau luas pengungkapan tanggung jawab
sosial dan lingkungan perusahaan j,

$\sum X_j$: jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j,

N_j : jumlah item indikator pengungkapan *corporate social responsibility* j, n_j= 25 (nilai maksimal) berdasarkan indikator menurut Global Reporting Initiative (GRI) 14 Mining Sector.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Data pada penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan *corporate social responsibility* dengan objek perusahaan pertambangan subsektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024. Data penelitian diperoleh melalui situs resmi yaitu www.idx.co.id.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024 sebanyak 22 perusahaan. Adapun penentuan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu maka sampel pada penelitian ini berjumlah 9 perusahaan. Adapun perusahaan yang diteliti pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. Daftar Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk
2	Baramulti Suksessarana, Tbk
3	Golden Energy Mines, Tbk
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk
6	Samindo Resources, Tbk
7	Bukit Asam, Tbk
8	Petrosea, Tbk
9	TBS Energi Utama, Tbk

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian ini ada 9 perusahaan pertambangan subsektor batu bara yaitu Alamtri Resources Indonesia, Tbk (ADRO), Baramulti Suksessarana, Tbk (BSSR), Golden Energy Mines, Tbk (GEMS), Indo Tambangraya Megah, Tbk (ITMG), Mitrabara Adiperdana, Tbk (MBAP), Samindo Resources, Tbk (MYOH), Bukit Asam, Tbk (PTBA), Petrosea, Tbk (PTRO), TBS Energi Utama, Tbk (TOBA).

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Variabel

a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sebagai variabel dependen diukur menggunakan price to book value (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dan nilai buku per lembar saham. Nilai buku per lembar saham diperoleh dari total ekuitas dibagi jumlah saham beredar. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dalam satuan dolar AS dikonversi ke rupiah sesuai dengan tahun periode penelitian agar seluruh data menggunakan satuan mata uang yang seragam.

Adapun hasil perhitungan nilai perusahaan dengan alat ukur *price to book value* pada perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara lain.

Tabel 4. Deskripsi Variabel Nilai Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Price to Book Value					Keterangan
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	8.218390805	11.30653266	11.99376947	6.666666667	8.617021277	Naik-Turun
2	Baramulti Suksessarana, Tbk	1.652046784	2.968069666	3.275471698	2.703081232	2.838749234	Naik-Turun
3	Golden Energy Mines, Tbk	3.042959427	10.36505867	4.722036169	3.33716916	5.850770925	Naik-Turun
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	1.311056418	1.344404903	1.437279022	1.051143349	0.965292842	Naik-Turun
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	1.69395466	1.544086022	2.376870324	2.134562212	1.216557912	Naik-Turun
6	Samindo Resources, Tbk	1.575757576	1.925192519	1.501416431	1.47260274	1.233514352	Naik-Turun
7	Bukit Asam, Tbk	1.315543071	0.899435778	0.931818182	0.843123704	0.865324103	Naik-Turun
8	Petrosea, Tbk	5.975232198	5.89673913	9.311827957	14.58333333	69.0625	Naik-Turun
9	TBS Energi Utama, Tbk	0.703339882	1.289808917	0.732445521	0.377639752	0.659722222	Naik-Turun

Sumber : www.idx.com, 2024 (data diolah)

b. Profitabilitas

Profitabilitas sebagai variabel independen diukur dengan menggunakan indikator *return on assets* (ROA). *Return on assets* dihitung dengan membagi total laba bersih dengan total aset. Dalam dokumen laporan keuangan perusahaan yang menjadi sampel, terdapat beberapa perusahaan menggunakan satuan US Dollar dalam nominal keuangan perusahaan. Perusahaan yang menggunakan satuan US Dollar dalam nominal keuangan perusahaan dikonversi menjadi satuan rupiah agar data yang disajikan menggunakan satuan mata uang yang sama. Konversi satuan rupiah disesuaikan dengan tahun periode penelitian.

Adapun hasil perhitungan profitabilitas dengan alat ukur *return on asset* pada perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara lain.

Tabel 5. Deskripsi Variabel Profitabilitas

No	Nama Perusahaan	Profitabilitas (ROA)					Keterangan
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	0.114418	0.471321	0.589742	0.399698	0.348512	Naik-Turun
2	Baramulti Suksessarana, Tbk	0.115895	0.471298	0.592583	0.397277	0.34337	Naik-Turun
3	Golden Energy Mines, Tbk	0.033756	0.121307	0.158882	0.13896	0.149628	Naik-Turun
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	0.130706	0.467627	0.864055	0.404498	0.340734	Naik-Turun
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	0.155996	0.398965	0.601748	0.914003	0.718487	Naik-Turun
6	Samindo Resources, Tbk	0.046386	0.076456	0.104395	0.021994	0.05368	Naik-Turun
7	Bukit Asam, Tbk	0.048847	0.077622	0.105396	0.021994	0.054687	Naik-Turun
8	Petrosea, Tbk	0.115895	0.471298	0.592583	0.397277	0.34337	Naik-Turun
9	TBS Energi Utama, Tbk	0.048977	0.077738	0.104395	0.022004	0.054799	Naik-Turun

Sumber : www.idx.com, 2024 (data diolah)

c. Likuiditas

Likuiditas sebagai variabel independen diukur dengan menggunakan indikator *current ratio* (CR). *Current ratio* dihitung dengan membagi aset lancar dengan hutang lancar. Dalam dokumen laporan keuangan perusahaan yang menjadi sampel, terdapat beberapa perusahaan menggunakan satuan US Dollar dalam nominal keuangan perusahaan. Perusahaan yang menggunakan satuan US Dollar dalam nominal keuangan perusahaan dikonversi menjadi satuan rupiah agar data yang disajikan menggunakan satuan mata uang yang sama. Konversi satuan rupiah disesuaikan dengan tahun periode penelitian.

Adapun hasil perhitungan likuiditas dengan alat ukur *current ratio* pada perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara lain.

Tabel 6. Deskripsi Variabel Likuiditas

No	Nama Perusahaan	Likuiditas (<i>Current Ratio</i>)					Keterangan
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	1.512664	2.0837	2.172794	2.014988	4.027821	Naik-Turun
2	Baramulti Suksessarana, Tbk	1.577025	1.601681	1.245232	1.379316	1.753877	Naik-Turun
3	Golden Energy Mines, Tbk	1.2336	1.021021	1.530493	1.368224	1.353686	Naik-Turun
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	1.976064	2.708822	3.259055	4.349548	4.475463	Naik-Turun
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	3.744012	3.977711	5.357851	3.742874	4.428389	Naik-Turun
6	Samindo Resources, Tbk	6.308171	6.716906	7.875552	2.974492	4.281855	Naik-Turun
7	Bukit Asam, Tbk	2.159961	2.427991	2.282999	1.519683	1.272129	Naik-Turun
8	Petrosea, Tbk	1.637537	1.384887	1.161033	1.160754	1.560568	Naik-Turun
9	TBS Energi Utama, Tbk	0.731987	1.740463	1.980774	1.603385	1.739843	Naik-Turun

Sumber : www.idx.com, 2024 (data diolah)

d. Leverage

Leverage sebagai variabel independen diukur dengan menggunakan indikator *debt to equity ratio* (DER). *Debt to equity ratio* dihitung dengan membagi total hutang dengan total ekuitas. Dalam dokumen laporan keuangan perusahaan yang menjadi sampel, terdapat beberapa perusahaan menggunakan satuan US Dollar dalam nominal keuangan perusahaan. Perusahaan yang menggunakan satuan US Dollar dalam nominal keuangan perusahaan dikonversi menjadi satuan rupiah agar data yang disajikan menggunakan satuan mata uang yang sama. Konversi satuan rupiah disesuaikan dengan tahun periode penelitian.

Adapun hasil perhitungan *leverage* dengan alat ukur *debt to equity ratio* pada perusahaan subsektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara lain.

Tabel 7. Deskripsi Variabel Leverage

No	Nama Perusahaan	Leverage (DER)					Keterangan
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	0.614886	0.70175	0.651869	0.41356	0.247875	Naik-Turun
2	Baramulti Suksessarana, Tbk	0.383282	0.72326	0.836154	0.684464	0.450825	Naik-Turun
3	Golden Energy Mines, Tbk	1.32867	1.620815	1.022566	0.978613	0.874935	Naik-Turun
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	0.369069	0.386731	0.353743	0.223259	0.244457	Naik-Turun
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	0.316545	0.288707	0.224889	0.328223	0.273448	Naik-Turun
6	Samindo Resources, Tbk	0.170953	0.166126	0.140242	0.4157	0.273375	Naik-Turun
7	Bukit Asam, Tbk	0.420183	0.489409	0.568652	0.797748	0.845342	Naik-Turun
8	Petrosea, Tbk	1.288662	1.047229	1.00147	2.089356	2.472533	Naik-Turun
9	TBS Energi Utama, Tbk	1.653263	1.422475	1.122511	1.237114	1.046754	Naik-Turun

Sumber : www.idx.com, 2024 (data diolah)

e. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam konteks pelaporan keberlanjutan mengacu pada standar yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative*. Pada sektor pertambangan, *Global Reporting Initiative Sector Standard GRI 14: Mining Sector* (2024) menetapkan 25 topik material yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola yang dianggap paling relevan serta berdampak signifikan bagi perusahaan pertambangan dan para pemangku kepentingan.

Adapun hasil perhitungan *corporate social responsibility* yang mengacu pada *Global Reporting Initiative Sector Standard GRI 14: Mining Sector* (2024) antara lain.

Tabel 8. Deskripsi Variabel *Corporate Social Responsibility*

No	Nama Perusahaan	Leverage (DER)					Keterangan
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	0.68	0.76	0.76	0.76	0.76	Meningkat
2	Baramulti Suksessarana, Tbk	0.48	0.68	0.68	0.68	0.68	Meningkat
3	Golden Energy Mines, Tbk	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	Tetap
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	0.64	0.68	0.76	0.8	0.84	Meningkat
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	Tetap
6	Samindo Resources, Tbk	0.56	0.56	0.64	0.68	0.72	Meningkat
7	Bukit Asam, Tbk	0.8	0.8	0.88	0.88	0.88	Meningkat
8	Petrosea, Tbk	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72	Tetap
9	TBS Energi Utama, Tbk	0.72	0.72	0.76	0.76	0.76	Meningkat

Sumber : www.idx.com, 2024 (data diolah)

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran mengenai objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai variabel-variabel yang digunakan yaitu profitabilitas, likuiditas, *leverage*, nilai perusahaan, dan *corporate social responsibility* (CSR). Nilai yang dilihat dari statistik deskriptif adalah nilai minimal (min), nilai maksimal (max), nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (std.dev) dan nilai *variance* dari variabel-variabel yang digunakan, Disajikan di dalam tabel di bawah ini.

Tabel 9. Analisis Deskriptif**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
PROFITABILITAS	45	.02	.91	.2724	.24012	.058
LIKUIDITAS	45	.73	7.88	2.5867	1.65441	2.737
LEVERAGE	45	.14	2.47	.7376	.53202	.283
NILAI PERUSAHAAN	45	.38	69.06	4.9733	10.39126	107.978
CSR	45	.48	.88	.7191	.07745	.006
Valid N (listwise)	45					

Sumber : SPSS 26 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, adapun gambaran distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Variabel Profitabilitas (X1), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimumnya sebesar 0.02 dan nilai maksimumnya sebesar 0.91. Adapun nilai rata-ratanya sebesar 0.2724, nilai standar deviasinya sebesar 0.24012 dan nilai *variance* sebesar 0,058
2. Variabel Likuiditas (X2), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimumnya sebesar 0.73 dan nilai maksimumnya sebesar 7.88. Adapun nilai rata-ratanya sebesar 0.25867, nilai standar deviasinya sebesar 1.65441 dan nilai *variance* sebesar 2,737
3. Variabel *Leverage* (X3), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimumnya sebesar 0.14 dan nilai maksimumnya sebesar 2.47. Adapun nilai rata-ratanya sebesar 0.7376, nilai standar deviasinya sebesar 0.53202 dan nilai *variance* sebesar 0,283.
4. Variabel Nilai Perusahaan (Y), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimumnya sebesar 0.38 dan nilai maksimumnya sebesar

69.06. Adapun nilai rata-ratanya sebesar 4.9733, nilai standar deviasinya sebesar 10.39126 dan nilai *variance* sebesar 107,978

5. Variabel CSR (Z), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimumnya sebesar 0.48 dan nilai maksimumnya sebesar 0.88. Adapun nilai rata-ratanya sebesar 0.7191, nilai standar deviasinya sebesar 0.7745 dan nilai *variance* sebesar 0,006

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan syarat sebelum melakukan uji regresi. Pengujian tersebut meliputi uji normalitas dan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2016), terdapat dua metode yang dapat digunakan untuk menilai normalitas residual, yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini hanya menggunakan analisis statistik *One-simple Kolmogorov-Smirnov* (K-S) sebagai berikut:

Tabel 10. Hasi Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		45
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	7.60918930
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.123
	<i>Positive</i>	.123
	<i>Negative</i>	-.102
<i>Test Statistic</i>		.123
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.083 ^c
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : SPSS 26 (Data Diolah)

Hasil Uji normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan pada nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang memperoleh nilai sebesar 0.083 yang Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.083 > 0.05$). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan yang kuat atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolinieritas, dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Secara umum, indikasi adanya multikolinieritas ditunjukkan apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ atau VIF ≥ 10 (Ghozali, 2016).

Tabel 11. Hasi Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PROFITABILITAS	.967	1.034
	LIKUIDITAS	.538	1.860
	LEVERAGE	.560	1.787
	CSR	.907	1.102

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Hasil Uji Multikolonieritas pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel memiliki nilai tolerance > 0.1 dan nilai VIF yang dimiliki oleh masing-masing variabel < 10 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel yang diteliti.

4. Analisis Regresi Berganda dan Pengujian Hipotesis

Analisis regresi berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat sejauh mana pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan bantuan alat hitung SPSS.

Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05), yang berarti apabila hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 12. Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.750	4.719		-3.337	.002
	PROFITABILITAS	10.748	5.037	.248	2.134	.039
	LIKUIDITAS	2.146	.950	.342	2.259	.029

LEVERAGE	16.602	2.988	.850	5.557	.000
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN					

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Pada hasil uji hipotesis di atas ada 3 hipotesis (Ha1, Ha2, dan Ha3) yang di bangun. Berikut ringkasan hasil uji hipotesis.

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan

Hasil pengujian secara parsial (uji t) pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar 2.134 dan nilai signifikansi variabel sebesar 0,039. Hasil nilai t hitung serta nilai signifikansi yang diperoleh sejalan dengan dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini, karena nilai t hitung variabel profitabilitas lebih besar daripada nilai t table ($2.134 > 2.014$), serta nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0.05 ($0.039 < 0.05$). Maka dari itu, hipotesis penelitian terbukti (Ha1 diterima) dan kesimpulannya adalah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh Likuiditas terhadap nilai Perusahaan

Hasil pengujian secara parsial (uji t) pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pengaruh variabel Likuiditas terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar 2.259 dan nilai signifikansi variabel sebesar 0,029. Hasil nilai t hitung serta nilai signifikansi yang diperoleh sejalan dengan dasar pengambilan Keputusan pada penelitian ini, karena nilai t hitung variabel profitabilitas lebih besar daripada nilai t table ($2.259 > 2.014$), serta nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0.05 ($0.029 < 0.05$).

0.05). Maka dari itu, hipotesis penelitian terbukti (Ha2 diterima) dan kesimpulannya adalah Likuiditas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Leverage terhadap nilai Perusahaan

Hasil pengujian secara parsial (uji t) pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pengaruh variabel Leverage terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar 5.557 dan nilai signifikansi variabel sebesar 0,000. Hasil nilai t hitung serta nilai signifikansi yang diperoleh sejalan dengan dasar pengambilan Keputusan pada penelitian ini, karena nilai t hitung variabel profitabilitas lebih besar daripada nilai t table ($5.557 > 2.014$), serta nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Maka dari itu, hipotesis penelitian terbukti (Ha3 diterima) dan kesimpulannya adalah Leverage berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan

5. Analisis Uji Interaksi (Moderasi)

Analisis regresi moderasi bertujuan untuk menguji *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan alat hitung SPSS yang dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Pengujian Regresi Moderasi

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)				

PROFITABILITAS DIMODERASI OLEH CSR	14.910	7.241	.247	2.059	.046
LIKUIDITAS DIMODERASI OLEH CSR	2.956	1.532	.302	1.930	.061
LEVERAGE DIMODERASI OLEH CSR	21.605	4.203	.812	5.141	.000
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN					

Sumber : SPSS 26 (Data diolah)

a. Pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji interaksi *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji regresi moderasi yang disajikan menerangkan *corporate social responsibility* dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan nilai koefisien sebesar 14.910 dan t hitung sebesar 2.059 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046 lebih kecil atau $<0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima (H4 diterima).

b. Pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji interaksi *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji regresi moderasi yang disajikan menerangkan *corporate social responsibility* dapat memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan akan tetapi tidak signifikan. Hal ini berdasarkan nilai koefisien sebesar 2.956 dan t hitung sebesar 1.930

dengan nilai signifikansi sebesar 0,061 lebih besar atau $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima (H5 diterima).

c. Pengaruh *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji interaksi *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai Perusahaan pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji regresi moderasi yang disajikan menerangkan *corporate social responsibility* dapat memoderasi hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan nilai koefisien sebesar 21.605 dan t hitung sebesar 5.141 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil atau $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima (H6 diterima).

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai R^2 yang tinggi menunjukkan model memiliki kemampuan yang baik dalam menggambarkan hubungan antar variabel, sedangkan nilai R^2 yang rendah menunjukkan kemampuan penjelasan model terbatas. Hasil pengujian R^2 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-----------------	------------------------------	---------------

1	.681 ^a	.464	.410	7.98059	2.115
---	-------------------	------	------	---------	-------

a. Predictors: (Constant), CSR, PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas nilai R^2 (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,410 hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi 41% oleh variabel profitabilitas, likuiditas, dan leverage yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis 1 hingga 6 akan diuraikan dalam poin pembahasan ini. Setiap hipotesis dibahas secara sistematis berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan. Pembahasan difokuskan pada arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan antar variabel penelitian, serta dikaitkan dengan teori dan temuan penelitian terdahulu untuk memperkuat interpretasi hasil.

Tabel 15. Ringkasan Hasil Penelitian

Hipotesis		Hasil Penelitian
H1	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Diterima
H2	Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Diterima
H3	<i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Diterima
H4	Pengaruh corporate social responsibility dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Diterima
H5	Pengaruh corporate social responsibility dalam memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan	Diterima
H6	Pengaruh corporate social responsibility dalam memoderasi <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan	Diterima

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari enam hipotesis yang diajukan, lima hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak. Penjelasan lebih rinci mengenai hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada uraian berikut.

1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS, variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar profitabilitas dalam perusahaan maka nilai perusahaan di mata investor akan ikut meningkat. Berdasarkan uraian tersebut, profitabilitas sebagai rasio yang menggambarkan efektivitas kinerja manajemen dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan harga pasar saham yang tercermin pada nilai perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal yang dijelaskan oleh Ayu dan Suarjaya (2017), yang menyatakan bahwa perusahaan dapat

meningkatkan nilai perusahaannya dengan memberikan sinyal kepada investor melalui penyampaian informasi mengenai kinerja perusahaan, sehingga informasi tersebut dapat mencerminkan prospek bisnis perusahaan di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Nurhayati (2022), Dewo (2023), Lestari et al., (2022), Prabowo & Indriastuti (2020), Susilaningrum (2016) yang mengemukakan bahwa meningkatnya rasio profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan.

Peningkatan laba perusahaan dapat menarik minat calon investor untuk menanamkan modalnya, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kasmir (2019) yang menyatakan bahwa semakin tinggi rasio profitabilitas, maka semakin besar pula tingkat pengembalian investasi yang diperoleh oleh para investor.

2. Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS, variabel likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan, maka semakin besar kemampuannya dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh persepsi investor yang menilai bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik memiliki prospek yang menjanjikan, sehingga mendorong minat investor untuk

membeli saham perusahaan tersebut dan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal yang dijelaskan oleh Ayu dan Suarjaya (2017), yang menyatakan bahwa dalam perspektif teori sinyal, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya dengan memberikan sinyal kepada investor melalui penyampaian informasi mengenai kinerja perusahaan, sehingga investor dapat menilai prospek usaha di masa depan. Selain itu, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Susilaningrum (2016), namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Nurhayati (2022), Dewo (2023), serta Prabowo dan Indriastuti (2020).

3. *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS, variabel *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan dimata investor. *Leverage* mencerminkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.

Berdasarkan teori sinyal, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui informasi yang disampaikan kepada investor mengenai kondisi keuangan perusahaan. *Leverage* menjadi salah satu indikator penting yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu

mengelola pendanaan melalui utang untuk meningkatkan kinerjanya. Rasio *leverage* yang optimal dapat memberikan sinyal positif kepada calon investor mengenai prospek dan stabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwi & Dewo (2023) serta Pratama & Nurhayati (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. *Corporate social responsibility* dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji interaksi *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa hasil uji regresi moderasi yang disajikan menerangkan *corporate social responsibility* dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kasmir (2019) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu, rasio ini juga mencerminkan seberapa efektif manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba, baik dari aktivitas penjualan maupun dari pendapatan investasi. Keterkaitan antara profitabilitas perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) telah menjadi asumsi fundamental yang mengindikasikan bahwa respon terhadap isu-isu sosial memerlukan keterlibatan aktif dari manajemen. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas

perusahaan, maka semakin luas pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan.

Kemudian, nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, tercermin dalam harga saham perusahaan. Menurut Sartono (2012), tujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai dengan cara meningkatkan nilai sekarang dari seluruh keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham di masa depan, di mana kesejahteraan mereka akan meningkat seiring dengan naiknya harga saham yang dimiliki. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan, yang umumnya dikaitkan dengan pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin besar pula nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja saat ini maupun prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan menjadi hal yang sangat penting, karena hal tersebut juga berarti mendorong tercapainya tujuan utama perusahaan. Maka dari itu, Teori sinyal atau *signaling theory* disini sangat berperan. Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk

menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal.

CSR merupakan suatu tanggungjawab perusahaan yang didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom line yang terdiri dari profit, people dan planet (Pramukti et al., 2019). Kemampuan *corporate social responsibility* (CSR) dalam memperkuat atau memperlemah tercermin dari ketiga aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan sehingga dapat menjadi acuan bagi manajemen dalam mengevaluasi dan meningkatkan pelaksanaan tanggung jawab sosial, khususnya pada aspek yang masih kurang memberikan dampak bagi karyawan, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan.

Profitabilitas, *corporate social responsibility* (CSR), dan nilai perusahaan memiliki keterkaitan yang saling berkesinambungan. *Corporate social responsibility* (CSR) memiliki dampak yang cukup signifikan untuk menambah profitabilitas suatu perusahaan ditinjau dari aspek ekonomi dan sosial. Kegiatan yang berhubungan dengan program *corporate social responsibility* (CSR) yang diterapkan oleh perusahaan merupakan salah satu dari sekian banyak faktor yang dapat menarik seorang investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut karena arah dan tujuan program yang dijalankan sangat jelas. Dan apabila semakin tinggi investasi yang masuk, maka akan semakin tinggi rasio profitabilitas yang diperoleh perusahaan serta nilai perusahaan dimata investor juga akan meningkat,

Karena nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewo (2023), Ayu & Suarjaya (2017) namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., (2022) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

5. *Corporate social responsibility* dalam memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji interaksi *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji regresi moderasi yang disajikan menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dapat memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang jatuh tempo, dengan memanfaatkan aset lancar yang dimilikinya (Lumoly et al., 2018). Artinya apabila suatu perusahaan ditagih, maka perusahaan tersebut mampu memenuhi (membayar) utangnya terutama utang yang sudah jatuh tempo. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu membayar utang yang dimiliki. Kasmir (2017) juga mengungkapkan bahwa rasio likuiditas adalah rasio yang

menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek.

Berdasarkan teori keagenan (Sutisna, 2024), konflik kepentingan antara pemilik dan manajer dapat muncul akibat perbedaan tujuan. Dalam kondisi tersebut, *corporate social responsibility* secara konseptual mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, namun pengaruh moderasi tersebut tidak signifikan karena CSR tidak berkaitan langsung dengan efisiensi pengelolaan aset lancar. Likuiditas yang tinggi justru berpotensi mendorong perilaku oportunistik manajemen, seperti penahanan kas berlebih, sehingga mekanisme CSR belum efektif dalam mengendalikan penggunaan aset lancar untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Temuan ini dapat dijelaskan oleh pandangan investor yang menilai aktivitas *corporate social responsibility* sebagai penggunaan sumber daya yang belum tentu memberikan manfaat ekonomi langsung apabila tidak diikuti oleh perbaikan kinerja keuangan lainnya. Dalam konteks ini, *corporate social responsibility* secara konseptual mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, namun pengaruh moderasi tersebut tidak signifikan secara statistik. Peningkatan pengungkapan CSR yang tidak dibarengi dengan perubahan rasio keuangan membuat investor memandang CSR lebih sebagai beban biaya dibandingkan sebagai faktor yang meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, aktivitas CSR berpotensi menimbulkan biaya keagenan, sehingga belum mampu memberikan

penguatan yang signifikan terhadap pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas yang tinggi belum cukup untuk menjadikan CSR sebagai sinyal positif yang kuat bagi pasar.

Selain itu, pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam praktik sering kali bersifat simbolis dan lebih difokuskan pada pencitraan eksternal dibandingkan fungsi internal pengendalian manajerial. Adanya asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham turut memperlemah efektivitas CSR sebagai mekanisme tata kelola dalam mengawasi penggunaan likuiditas perusahaan. Oleh karena itu, sesuai dengan pandangan teori keagenan menurut Sutisna (2024), meskipun *corporate social responsibility* memiliki potensi sebagai variabel pemoderasi, perannya belum berfungsi secara signifikan dalam memitigasi konflik kepentingan yang berkaitan dengan pengelolaan likuiditas. Dengan demikian, *corporate social responsibility* dinilai mampu memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan, tetapi dengan tingkat signifikansi yang rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewo (2023) yang menemukan bahwa *corporate social responsibility* tidak berperan signifikan dalam memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Namun demikian, temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Prabowo dan Indriastuti (2020) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* mampu memoderasi hubungan tersebut secara signifikan.

Pada sektor pertambangan, *corporate social responsibility* cenderung dipersepsikan sebagai kewajiban regulatif dan bagian dari biaya operasional, sehingga kontribusinya terhadap peningkatan nilai perusahaan relatif terbatas. Investor lebih memfokuskan penilaian pada kinerja keuangan, fluktuasi harga komoditas, serta risiko operasional, sehingga peran CSR sebagai variabel moderasi terhadap hubungan likuiditas dan nilai perusahaan menjadi tidak signifikan.

6. *Corporate social responsibility* dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji interaksi *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa hasil uji regresi moderasi yang disajikan menerangkan *corporate social responsibility* dapat memoderasi hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan.

Leverage digunakan untuk mengukur proporsi kewajiban yang dimanfaatkan perusahaan dalam pendanaan asetnya. Rasio *leverage* menunjukkan cara perusahaan membiayai operasionalnya dengan menggunakan utang, serta mencerminkan sejauh mana tingkat pembiayaan tersebut berkontribusi terhadap nilai perusahaan (Kurniasih et al., 2013). Selain itu, *leverage* juga berperan dalam mencerminkan posisi perusahaan ketika mengajukan pinjaman baru dengan menjaminkan aset tetap yang dimilikinya.

Leverage berperan sebagai mekanisme pengendalian untuk mengurangi konflik agensi antara manajer dan pemilik. Tingginya utang mendorong manajer menjaga arus kas agar mampu memenuhi kewajiban, sehingga membatasi perilaku oportunistik dan mendorong efisiensi.

Leverage berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Ketika kondisi keuangan perusahaan cukup kuat dan mampu memenuhi kewajiban utangnya, keberadaan utang tidak menjadi hambatan dalam pelaksanaan aktivitas sosial. Justru, perusahaan dengan *leverage* yang tinggi namun tetap sehat secara finansial dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai strategi untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan memperkuat reputasi di mata kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan, yang umumnya dikaitkan dengan pergerakan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin besar pula nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja saat ini maupun prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam kaitannya, *corporate social responsibility* memiliki pengaruh sangat baik dalam meningkatkan reputasi dan kinerja finansial perusahaan, karena dengan pelaksanaan CSR yang sesuai, masyarakat akan merasakan kehadiran perusahaan dalam memperbaiki kehidupan kearah positif sehingga akan memperkuat reputasi yang baik dari pandangan konsumen

dan kinerja finansial perusahaan akan meningkat. Perluasan CSR oleh perusahaan dapat mempengaruhi persepsi yang investor dapatkan terhadap perusahaan, dimana perusahaan yang melakukan penyebaran CSR mereka secara lebih luas akan lebih dihargai oleh investor (Malik et al., 2023). Perusahaan saat ini menganggap pengungkapan CSR merupakan bagian dari strategi perusahaan. Perusahaan menyadari pentingnya penerapan CSR dapat menjadi bagian dalam strategi bisnis perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewo (2023) dimana *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh antara *leverage* dengan nilai perusahaan, namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prabowo & Indriastuti (2020) dimana dalam penelitian tersebut *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh antara *leverage* dengan nilai perusahaan.

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan serta hasil pengujian hipotesis menggunakan program SPSS, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin baik nilai perusahaan di mata para investor
2. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan, maka semakin besar kemampuannya dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan.
3. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan mampu memanfaatkan utang untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan sinyal positif bagi investor.
4. *Corporate social responsibility* (CSR) berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang lebih luas dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata para pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan masyarakat. Reputasi yang baik tersebut memperkuat pengaruh positif profitabilitas terhadap peningkatan nilai perusahaan

5. *Corporate social responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Meskipun kegiatan CSR dapat memperkuat reputasi serta memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan, hal tersebut tidak dianggap memiliki keterkaitan langsung dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola likuiditasnya. Oleh karena itu, CSR dinilai kurang relevan dalam menjelaskan pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan
6. *Corporate social responsibility* (CSR) memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Pelaksanaan kegiatan CSR dapat memperkuat reputasi perusahaan serta membangun persepsi positif di kalangan investor. Perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosial cenderung dipandang lebih stabil dan memiliki tingkat risiko yang lebih rendah, meskipun menggunakan leverage yang tinggi.

B. Saran

Penelitian ini menguji tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, dapat ditarik beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan fokus pada strategi peningkatan profitabilitas sebagai upaya meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini dapat menjadi masukan bagi manajemen dalam mengambil keputusan yang mampu menumbuhkan kepercayaan investor, mengingat profitabilitas yang tinggi memberi sinyal positif terhadap harga saham.

Manajemen juga perlu memperhatikan tingkat utang yang dapat menjadi sinyal negatif bagi investor.

2. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas objek penelitian tidak hanya pada sektor pertambangan, tetapi juga pada sektor lain seperti perbankan, properti, dan real estat agar hasilnya lebih komprehensif.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode pengamatan lebih dari lima tahun serta menggunakan indikator dan variabel tambahan, seperti *Return on Equity* (ROE), kepemilikan institusional, atau *Good Corporate Governance* (GCG), guna memperoleh hasil yang lebih mendalam dan relevan.

C. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian, keterbatasan-keterbatasan tersebut antara lain.

1. Tidak semua perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menerbitkan laporan keuangan secara lengkap untuk setiap tahun pada periode 2020 sampai 2024.
2. Penelitian hanya menggunakan sampel perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode tertentu, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh sektor industri atau subsektor lain di BEI.
3. Penelitian ini hanya memasukkan profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* sebagai variabel independen serta CSR sebagai variabel moderasi.

Faktor lain yang juga dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, risiko bisnis, dan struktur kepemilikan, tidak dimasukkan ke dalam model.

4. *Corporate Social Responsibility* hanya memoderasi hubungan tertentu, sehingga perannya sebagai variabel moderasi belum konsisten dan perlu dikaji lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). Intervening profitabilitas: Corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *AkMen: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(4), 607–618. Retrieved from <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/1188>
- Bergh, D. D., Connelly, B. L., Ketchen, D. J., & Shannon, L. M. (2014). Signalling theory and equilibrium in strategic management research: An assessment and a research agenda. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/joms.12097>
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel mediasi pada perusahaan pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2), 1112–1138. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2017.v06.i02.p32>
- CNBC Indonesia. (2025, June 16). Harga batu bara RI ambles US\$ 98,61/ton, berlaku mulai 16 Juni 2025. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250616141616-4-641389/harga-batu-bara-ri-ambles-us--9861-ton-berlaku-mulai-16-juni-2025>
- Dede Sutisna, dkk. 2024. Studi Literatur terkait peranan Teori Agensi pada Konteks Berbagai Issue di Bidang Akuntansi. 3 (4), 4806-4807. <https://ojs.unida.ac.id>
- Dwi, M., & Dewo, P. (2023). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(3), 1-26. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5142>
- F.A Khasana. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property And Real Estate di BEI. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*, 8(1), 1-19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id>
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen keuangan perusahaan dan pasar modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fahmi, I. (2020). *Analisis laporan keuangan* (Edisi ke-7, disunting oleh D. Handi). Bandung: Alfabeta.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Reporting Initiative. (2022). *Global reporting initiative*. <https://www.globalreporting.org>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hajering, H., & Su'un, M. (2019). Pengaruh corporate social responsibility terhadap manajemen laba. *CESJ: Center of Economic Student Journal*, 2(3), 144–153. <https://doi.org/10.56750/csej.v2i3.84>
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2018). *Analisis laporan keuangan* (Edisi ke-5). UPP STIM YKPN.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5), 391–430. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2005.06.001>
- Harahap, S. S. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi Kesebelas. Rajawali Pers. Jakarta.
- Husaini, A. (2020, July 19). Meski bisnis dihantam Covid-19, industri tambang pantang memutus pekerjaan karyawan. *Kontan.co.id*. <https://industri.kontan.co.id/news/meski-bisnis-dihantam-covid-19-industri-tambang-pantang-memutus-pekerjaan-karyawan>
- Husnan, S. (2019). *Manajemen keuangan* (Edisi ke-3). Universitas Terbuka.
- Kasmir. (2015). *Analisis laporan keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2017). *Analisis laporan keuangan* (Edisi ke-10). Rajawali Pers
- Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan*. Rajawali Pers.
- Kurniasih, T., & Ratna Sari, M. (2013). Pengaruh return on assets, leverage, corporate governance, ukuran perusahaan dan kompensasi rugi fiskal pada tax avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1), 58–66. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1352602&title=...>

- Kompas.com. (2025, June 10). Izin tambang dicabut, ini 4 perusahaan nikel di Raja Ampat yang dihentikan operasinya. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/jawa-barat/read/2025/06/10/131500388/izin-tambang-dicabut-ini-4-perusahaan-nikel-di-raja-ampat-yang>
- Lasmono, B., & Siregar, S. (2021). Studi Literatur Tentang Agency Theory. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(2), 203-210.
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/Forumekonomi>
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA*, 6(3), 1108–1117. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20483>
- Malik, E., Najamuddin, M. N., Mursalim, & Chalid, L. (2023). The Effect of Good Corporate Governance, Profitability, and Corporate Social Responsibility on Market Reaction and Company Value in the Registered Mining Industry on the Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e02174. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.2174>
- Meilinda Murnita, P. E., & Dwiana Putra, I. M. P. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan leverage sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 1470–1495. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p25>
- Muritala, T. A. (2018). An empirical analysis of capital structure on firms' performance in Nigeria. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 1(1), 5–16. <http://www.managementjournal.info>
- Nguyen, N. (2018). Hidden Markov Model for Stock Trading. *International Journal of Financial Studies*, 6(2), 36. <https://doi.org/10.3390/ijfs6020036>
- Prabowo, S., & Indriastuti, M. (2020, Oktober 28). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi corporate social responsibility. Dalam *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 4*. Universitas Islam Sultan Agung.

(ISSN 2720-9687). Diakses dari
<https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/12411>

- Pramukti, A., Haming, M., Nasaruddin, F., & Chalid, L. (2019). *Analysis Reporting Disclosure of Corporate Social Responsibility Disclosure of Manufacturing Companies*. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 4, Issue 2). www.ijisrt.com
- Pratama, G., & Nurhayati, I. (2022). *Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi*. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(2), 647–659. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/43090>
- Przepiorka, W., & Berger, J. (2017). Signaling theory evolving: Signals and signs of trustworthiness in social exchange. *Social Dilemmas, Institutions, and the Evolution of Cooperation*, January 2017, 373–392. <https://doi.org/10.1515/9783110472974-018>
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69–76. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/73>
- Rahayu, T. T., Masitoh, E., & Wijayanti, A. (2020). The effect of tax burden, exchange rate, tunneling incentive, profitability and leverage on transfer pricing decisions. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 5(1), 78–90. <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi>
- Rahma, A. N., & Munfaqiroh, S. (2021). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 14(2), 196–203. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/284>
- Ripany, E. (2022). *Pengaruh rasio profitabilitas, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada perusahaan sub sektor batubara yang terdaftar di BEI tahun 2017–2020)* [Skripsi tidak dipublikasikan]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan. <https://eprints.unpak.ac.id/2973/>
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595–612. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90015-K](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90015-K)

- Saleh, T. (2020, April 15). Negara Covid-19, Bayan Resources tutup 3 tambang di Kaltim. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200415113651-17-152052/negara-covid-19-bayan-resources-tutup-3-tambang-di-kaltim>
- Sandria, F. (2021, March 3). Dihantam pandemi 2020, intip kinerja 10 raksasa batu bara RI. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210303141134-17-227577/dihantam-pandemi-2020-intip-kinerja-10-raksasa-batu-bara-ri/2>
- Sartono, A. (2012). *Manajemen keuangan: Teori dan aplikasi*. BPFE.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen keuangan perusahaan: Teori & praktek*. Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Memahami penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Susilaningrum, C. (2016). Pengaruh return on assets, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 4(8), 1–17. <https://journal.student.uny.ac.id/profita/article/view/5998>
- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020). PENGARUH-PENGUNGKAPAN-CORPORATE-SOCIAL-RESPONSIBILITY-TERHADAP-NILAI-PERUSAHAAN-DENGAN-PROFITABILITAS. *AJAR (Academic Journal of Accounting and Finance)*, 3(01)
- Widiawati, H. S., & Linawati, L. (2022). Analisis pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi (JAE)*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17543>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6), 1–15. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4649>
- Zarlia, J., & Salim, H. (2014). Analisis pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan: Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 38–56. <https://media.neliti.com/media/publications/111225/analisis->

[pengaruh-corporate-social-responsibility-dan-profitabilitas-terhadap-ni.pdf](#)

LAMPIRAN

Lampiran 1

Indikator Global Reporting Initiative (GRI) 14 Mining Sector

No.	Indikator	Sub Indikator	Item Indikator Berdasarkan GRI 14
1	Emisi GRK	Energi & karbon	1. Total emisi GRK Scope 1, 2, 3
			2. Intensitas emisi per ton produksi
			3. Rencana pengurangan emisi
2	Adaptasi & ketahanan iklim	Perubahan iklim	1. Strategi adaptasi iklim
			2. Penilaian risiko iklim fisik & transisi
3	Emisi udara	Polusi udara	1. Emisi partikulat (PM10, PM2.5)
			2. Emisi NOx, SOx, logam berat
4	Limbah	Limbah non-berbahaya & berbahaya	1. Volume limbah padat & cair
			2. Metode pengelolaan (daur ulang, landfill, insinerasi)
5	Tailing	Pengelolaan tailing	1. Volume tailing yang dihasilkan
			2. Sistem keamanan bendungan tailing
			3. Rencana darurat kegagalan
6	Air & limbah	Pengelolaan air	1. Pengambilan air berdasarkan sumber
			2. Pembuangan & kualitas air limbah
7	Penutupan & rehabilitasi	Reklamasi tambang	1. Luas area yang direhabilitasi
			2. Dana cadangan penutupan tambang
8	Dampak ekonomi	Kontribusi ekonomi	1. Nilai tambah ekonomi langsung
			2. Kontrak dengan pemasok lokal
			3. Lapangan kerja yang diciptakan
9	Masyarakat sekitar	Hubungan komunitas	1. Mekanisme pengaduan masyarakat
			2. Tingkat keterlibatan masyarakat
			3. Program investasi sosial
10	Hak Masyarakat Adat	Hak adat & FPIC	1. Persetujuan bebas, didahulukan & diinformasikan (FPIC)
			2. Perlindungan situs budaya
11	Akuisisi tanah & sumber daya	Hak atas tanah	1. Proses akuisisi tanah
			2. Penyelesaian sengketa lahan
12	Penempatan tidak sukarela & tidak layak (ASR)	Relokasi	1. Jumlah keluarga/individu yang direlokasi
			2. Kebijakan kompensasi & pemulihan
13	Praktik keamanan	Keamanan operasi	1. Insiden terkait aparat keamanan
			2. Pelatihan HAM bagi aparat keamanan

14	Manajemen insiden kritis	Kecelakaan besar	1. Jumlah insiden kritis (ledakan, longsor, kegagalan bendungan)
			2. Prosedur manajemen darurat
15	Kesehatan & Keselamatan Kerja (K3)	Keselamatan pekerja	1. Tingkat kecelakaan kerja (LTIFR, TRIFR)
			2. Program pencegahan penyakit akibat kerja
16	Praktik ketenagakerjaan	Kondisi kerja	1. Kebebasan berserikat
			2. Jam kerja wajar
			3. Upah layak
17	Pekerja anak	Perlindungan pekerja	1. Pencegahan pekerja anak
			2. Audit pemasok terkait pekerja anak
18	Kerja paksa & perbudakan modern	Hak pekerja	1. Kebijakan anti-kerja paksa
			2. Verifikasi rantai pasok bebas kerja paksa
19	Kesetaraan berserikat & perundingan bersama	Kebebasan bersuara	1. Persentase pekerja tercakup perjanjian bersama
			2. Jumlah insiden pelanggaran
20	Non-diskriminasi & setara peluang	Inklusi	1. Kebijakan anti-diskriminasi
			2. Rasio gender & keragaman
21	Anti korupsi	Tata kelola	1. Jumlah kasus korupsi
			2. Pelatihan anti-korupsi untuk karyawan
22	Pembayaran kepada pemerintah	Transparansi pajak & royalti	1. Pajak & royalti yang dibayarkan
			2. Pengungkapan kontribusi per negara
23	Kebijakan pajak	Strategi pajak	1. Kebijakan perpajakan perusahaan
			2. Mekanisme kepatuhan
24	Tata kelola usaha kecil & bisnis lokal	Dukungan UMKM	1. Kontrak dengan pemasok lokal
			2. Program pengembangan kapasitas UMKM
25	Transisi energi & mineral kritis	Mineral untuk energi bersih	1. Produksi mineral strategis (nikel, kobalt, litium, tembaga)
			2. Peran dalam rantai pasok transisi energi

Sumber: globalreporting.org, 2025

Lampiran 2
Data Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	ADRO
2	Baramulti Suksessarana, Tbk	BSSR
3	Golden Energy Mines, Tbk	GEMS
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	ITMG
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	MBAP
6	Samindo Resources, Tbk	MYOH
7	Bukit Asam, Tbk	PTBA
8	Petrosea, Tbk	PTRO
9	TBS Energi Utama, Tbk	TOBA

Lampiran 3
Variabel Profitabilitas (X1)

No	Kode Perusahaan	Nilai Dolar per 31 Des	Tahun	Laba Bersih After Tax	Total Aset	ROA
				Rp	Rp	(%)
1	ADRO	14,105.00	2020	425,001,521,035.00	3,714,463,847,640.00	0.114418
		14,269.00	2021	2,927,631,929,741.00	6,211,543,780,834.00	0.471321
		15,731.00	2022	3,755,713,640,620.00	6,368,399,213,925.00	0.589742
		15,416.00	2023	2,516,792,265,200.00	6,296,735,697,368.00	0.399698
		16,162.00	2024	2,157,977,359,836.00	6,191,966,449,650.00	0.348512
2	BSSR	14,105.00	2020	430,488,394,245.00	3,714,463,847,640.00	0.115895
		14,269.00	2021	2,927,489,810,501.00	6,211,543,780,834.00	0.471298
		15,731.00	2022	3,773,804,274,889.00	6,368,399,213,925.00	0.592583
		15,416.00	2023	2,501,545,979,944.00	6,296,735,697,368.00	0.397277
		16,162.00	2024	2,126,138,219,836.00	6,191,966,449,650.00	0.34337
3	GEMS	14,105.00	2020	387,428,890,030.00	11,477,489,075,325.00	0.033756
		14,269.00	2021	1,434,981,661,951.00	11,829,385,364,053.00	0.121307
		15,731.00	2022	2,822,010,313,577.00	17,761,664,513,724.00	0.158882
		15,416.00	2023	2,810,663,295,464.00	20,226,443,248,920.00	0.13896
		16,162.00	2024	2,997,646,788,380.00	20,033,960,837,694.00	0.149628
4	ITMG	14,105.00	2020	485,502,873,310.00	3,714,463,847,640.00	0.130706

		14,269.00	2021	2,904,687,663,121.00	6,211,543,780,834.00	0.467627
		15,731.00	2022	5,502,647,467,289.00	6,368,399,213,925.00	0.864055
		15,416.00	2023	2,547,018,555,144.00	6,296,735,697,368.00	0.404498
		16,162.00	2024	2,109,814,228,110.00	6,191,966,449,650.00	0.340734
5	MBAP	14,105.00	2020	400,399,848,030.00	2,566,730,603,710.00	0.155996
		14,269.00	2021	1,467,157,343,735.00	3,677,412,944,091.00	0.398965
		15,731.00	2022	2,901,808,799,967.00	4,822,302,985,601.00	0.601748
		15,416.00	2023	3,233,726,618,376.00	3,537,982,020,400.00	0.914003
		16,162.00	2024	2,754,250,300,780.00	3,833,401,505,770.00	0.718487
6	MYOH	14,105.00	2020	505,013,529,930.00	10,887,251,555,635.00	0.046386
		14,269.00	2021	936,152,090,483.00	12,244,255,782,796.00	0.076456
		15,731.00	2022	1,476,910,503,774.00	14,147,353,261,167.00	0.104395
		15,416.00	2023	321,366,098,320.00	14,611,866,414,848.00	0.021994
		16,162.00	2024	775,390,164,574.00	14,444,563,300,736.00	0.05368
7	PTBA	14,105.00	2020	531,813,029,930.00	10,887,251,555,635.00	0.048847
		14,269.00	2021	950,421,090,483.00	12,244,255,782,796.00	0.077622
		15,731.00	2022	1,491,068,403,774.00	14,147,353,261,167.00	0.105396
		15,416.00	2023	321,366,098,320.00	14,611,866,414,848.00	0.021994
		16,162.00	2024	789,935,964,574.00	14,444,563,300,736.00	0.054687
8	PTRO	14,105.00	2020	430,488,394,245.00	3,714,463,847,640.00	0.115895
		14,269.00	2021	2,927,489,810,501.00	6,211,543,780,834.00	0.471298
		15,731.00	2022	3,773,804,274,889.00	6,368,399,213,925.00	0.592583
		15,416.00	2023	2,501,545,979,944.00	6,296,735,697,368.00	0.397277
		16,162.00	2024	2,126,138,219,836.00	6,191,966,449,650.00	0.34337
9	TOBA	14,105.00	2020	533,223,529,930.00	10,887,251,555,635.00	0.048977
		14,269.00	2021	951,847,990,483.00	12,244,255,782,796.00	0.077738
		15,731.00	2022	1,476,910,503,774.00	14,147,353,261,167.00	0.104395
		15,416.00	2023	321,520,412,480.00	14,611,866,414,848.00	0.022004
		16,162.00	2024	791,552,164,574.00	14,444,563,300,736.00	0.054799

Lampiran 4

Variabel Likuiditas (X2)

No	Kode Perusahaan	Nilai Dolar per 31 Des	Tahun	Aset Lancar	Hutang Lancar	CR
				Rp	Rp	(%)
1	ADRO	14,105	2020	24,424,485,995	16,149,138,915	1.512433
		14,269	2021	40,497,305,508	19,428,071,102	2.084474
		15,731	2022	83,678,049,879	38,501,811,272	2.173354
		15,416	2023	66,320,140,728	32,916,767,344	2.014783
		16,162	2024	42,114,325,444	10,463,197,990	4.024996
2	BSSR	14,105	2020	1,353,629,006,730	858,343,511,935	1.577025
		14,269	2021	3,878,086,495,298	2,421,260,478,323	1.601681
		15,731	2022	3,354,552,359,969	2,693,918,396,544	1.245232
		15,416	2023	3,265,833,937,808	2,367,719,252,296	1.379316
		16,162	2024	3,072,972,407,624	1,752,102,476,092	1.753877
3	GEMS	14,105	2020	5,752,819,233,070	4,663,439,333,280	1.2336
		14,269	2021	6,195,033,491,928	6,067,486,910,517	1.021021
		15,731	2022	11,394,274,270,408	7,444,837,391,924	1.530493
		15,416	2023	12,979,873,974,296	9,486,661,174,096	1.368224
		16,162	2024	11,411,375,046,044	8,429,856,850,810	1.353686
4	ITMG	14,105	2020	5,777,943,990	2,923,966,500	1.976064
		14,269	2021	14,098,114,456	5,204,517,867	2.708822
		15,731	2022	30,023,321,395	9,212,278,103	3.259055
		15,416	2023	19,730,506,752	4,536,219,664	4.349548
		16,162	2024	22,703,634,148	5,072,912,398	4.475463
5	MBAP	14,105	2020	1,772,295,393,960	473,368,003,290	3.744012
		14,269	2021	2,990,042,324,046	751,699,210,289	3.977711

		15,731	2022	4,127,128,858,751	770,295,566,706	5.357851
		15,416	2023	2,913,692,292,880	778,463,941,072	3.742874
		16,162	2024	2,841,040,143,808	641,551,656,692	4.428389
6	MYOH	14,105	2020	1,632,560,812,155	258,800,966,060	6.308171
		14,269	2021	1,917,907,120,171	285,534,304,966	6.716906
		15,731	2022	2,207,233,426,439	280,263,967,930	7.875552
		15,416	2023	2,205,274,370,160	741,395,182,448	2.974492
		16,162	2024	2,295,531,560,004	536,106,776,678	4.281855
7	PTBA	14,105	2020	117,979,241,380	54,621,005,985	2.159961
		14,269	2021	259,859,893,500	107,026,732,043	2.427991
		15,731	2022	384,342,120,188	168,349,701,180	2.282999
		15,416	2023	233,527,056,096	153,668,245,016	1.519683
		16,162	2024	246,204,053,268	193,537,040,840	1.272129
8	PTRO	14,105	2020	3,131,507,470	1,912,327,690	1.637537
		14,269	2021	3,307,568,469	2,388,330,951	1.384887
		15,731	2022	4,053,139,343	3,490,976,327	1.161033
		15,416	2023	4,867,093,272	4,193,044,088	1.160754
		16,162	2024	5,756,872,076	3,688,960,338	1.560568
9	TOBA	14,105	2020	992,418,899,745	1,355,787,776,980	0.731987
		14,269	2021	2,982,487,915,914	1,713,617,304,949	1.740463
		15,731	2022	4,110,125,960,208	2,075,010,548,806	1.980774
		15,416	2023	3,667,161,425,272	2,287,136,721,680	1.603385
		16,162	2024	3,715,235,580,204	2,135,385,372,784	1.739843

Lampiran 5

Variabel *Leverage (X3)*

No	Kode Perusahaan	Nilai Dolar per 31 Des	Tahun	Total Hutang (Rp)	Total Ekuitas (Rp)	DER (%)
1	ADRO	14,105	2020	34,273,062,460	55,738,925,970	0.614886
		14,269	2021	44,642,293,049	63,615,696,735	0.70175
		15,731	2022	66,934,917,339	102,681,554,078	0.651869
		15,416	2023	47,234,022,776	114,213,290,000	0.41356
		16,162	2024	21,516,389,790	86,803,386,784	0.247875
2	BSSR	14,105	2020	1,029,209,732,915	2,685,254,114,725	0.383282
		14,269	2021	2,607,013,264,417	3,604,530,516,417	0.72326
		15,731	2022	2,900,063,351,131	3,468,335,862,794	0.836154
		15,416	2023	2,558,610,678,008	3,738,125,019,360	0.684464
		16,162	2024	1,924,073,913,852	4,267,892,535,798	0.450825
3	GEMS	14,105	2020	6,548,714,832,205	4,928,774,243,120	1.32867
		14,269	2021	7,315,757,594,486	4,513,627,769,567	1.620815
		15,731	2022	8,979,918,097,615	8,781,746,416,109	1.022566
		15,416	2023	10,003,907,315,728	10,222,535,933,192	0.978613
		16,162	2024	9,348,811,895,676	10,685,148,942,018	0.874935
4	ITMG	14,105	2020	4,405,541,595	11,936,920,450	0.369069
		14,269	2021	6,630,518,920	17,145,045,371	0.386731
		15,731	2022	10,852,769,707	30,679,854,680	0.353743
		15,416	2023	6,155,716,712	27,572,132,640	0.223259
		16,162	2024	7,640,326,908	31,254,237,220	0.244457
5	MBAP	14,105	2020	617,135,021,230	1,949,595,582,480	0.316545

		14,269	2021	823,846,085,282	2,853,566,858,809	0.288707
		15,731	2022	885,372,315,041	3,936,930,670,560	0.224889
		15,416	2023	874,285,341,848	2,663,696,678,552	0.328223
		16,162	2024	823,148,842,250	3,010,252,663,520	0.273448
6	MYOH	14,105	2020	311,172,337,385	1,820,218,118,810	0.170953
		14,269	2021	333,309,770,766	2,006,372,109,178	0.166126
		15,731	2022	327,927,324,830	2,338,292,099,955	0.140242
		15,416	2023	1,071,522,748,544	2,577,636,072,336	0.4157
		16,162	2024	777,619,276,100	2,844,515,620,288	0.273375
7	PTBA	14,105	2020	100,393,169,695	238,927,359,580	0.420183
		14,269	2021	169,372,730,351	346,076,387,756	0.489409
		15,731	2022	258,667,365,691	454,878,319,626	0.568652
		15,416	2023	265,185,924,088	332,418,229,536	0.797748
		16,162	2024	309,369,189,768	365,969,289,544	0.845342
8	PTRO	14,105	2020	4,206,788,040	3,264,461,200	1.288662
		14,269	2021	3,888,487,997	3,713,121,987	1.047229
		15,731	2022	4,694,586,599	4,687,696,421	1.00147
		15,416	2023	7,589,528,040	3,632,472,080	2.089356
		16,162	2024	9,980,277,430	4,036,459,500	2.472533
9	TOBA	14,105	2020	6,783,907,328,835	4,103,344,226,800	1.653263
		14,269	2021	7,189,814,591,833	5,054,441,190,963	1.422475
		15,731	2022	7,481,966,641,984	6,665,386,619,183	1.122511
		15,416	2023	8,080,297,679,528	6,531,568,735,320	1.237114
		16,162	2024	7,387,260,663,476	7,057,302,637,260	1.046754

Lampiran 6

Variabel Nilai Perusahaan (Y)

No	Kode Perusahaan	Nilai Dolar per 31 Des	Tahun	Harga Saham	Total Ekuitas	Jumlah Saham Beredar	BVPS (Rp)	PBV %
1	ADRO	14,105	2020	1,430	55,738,925,970	31,985,962,000	174	8.218390805
		14,269	2021	2,250	63,615,696,735	31,985,952,000	199	11.30653266
		15,731	2022	3,850	102,681,554,078	31,985,952,000	321	11.99376947
		15,416	2023	2,380	114,213,290,000	31,985,962,000	357	6.666666667
		16,162	2024	2,430	86,803,386,784	30,758,665,900	282	8.617021277
2	BSSR	14,105	2020	1,695	2,685,254,114,725	2,616,500,000	1026	1.652046784
		14,269	2021	4,090	3,604,530,516,417	2,616,500,000	1378	2.968069666
		15,731	2022	4,340	3,468,335,862,794	2,616,500,000	1325	3.275471698
		15,416	2023	3,860	3,738,125,019,360	2,616,500,000	1428	2.703081232
		16,162	2024	4,630	4,267,892,535,798	2,616,500,000	1631	2.838749234
3	GEMS	14,105	2020	2,550	4,928,774,243,120	5,882,353,000	838	3.042959427
		14,269	2021	7,950	4,513,627,769,567	5,882,353,000	767	10.36505867
		15,731	2022	7,050	8,781,746,416,109	5,882,353,000	1493	4.722036169
		15,416	2023	5,800	10,222,535,933,192	5,882,353,000	1738	3.33716916
		16,162	2024	10,625	10,685,148,942,018	5,882,353,000	1816	5.850770925
4	ITMG	14,105	2020	13,850	11,936,920,450	1,129,925,000	10564	1.311056418
		14,269	2021	20,400	17,145,045,371	1,129,925,000	15174	1.344404903
		15,731	2022	39,025	30,679,854,680	1,129,925,000	27152	1.437279022
		15,416	2023	25,650	27,572,132,640	1,129,925,000	24402	1.051143349
		16,162	2024	26,700	31,254,237,220	1,129,925,000	27660	0.965292842
5	MBAP	14,105	2020	2,690	1,949,595,582,480	1,227,271,952	1588	1.69395466
		14,269	2021	3,590	2,853,566,858,809	1,227,271,952	2325	1.544086022
		15,731	2022	7,625	3,936,930,670,560	1,227,271,952	3208	2.376870324
		15,416	2023	4,632	2,663,696,678,552	1,227,271,952	2170	2.134562212
		16,162	2024	2,983	3,010,252,663,520	1,227,271,952	2452	1.216557912

6	MYOH	14,105	2020	1,300	1,820,218,118,810	2,206,312,500	825	1.575757576
		14,269	2021	1,750	2,006,372,109,178	2,206,312,500	909	1.925192519
		15,731	2022	1,590	2,338,292,099,955	2,206,312,500	1059	1.501416431
		15,416	2023	1,720	2,577,636,072,336	2,206,312,500	1168	1.47260274
		16,162	2024	1,590	2,844,515,620,288	2,206,312,500	1289	1.233514352
7	PTBA	14,105	2020	2,810	238,927,359,580	11,184,061,250	2136	1.315543071
		14,269	2021	2,710	346,076,387,756	11,487,209,350	3013	0.899435778
		15,731	2022	3,690	454,878,319,626	11,487,209,350	3960	0.931818182
		15,416	2023	2,440	332,418,229,536	11,487,209,350	2894	0.843123704
		16,162	2024	2,750	365,969,289,544	11,514,357,250	3178	0.865324103
8	PTRO	14,105	2020	1,930	3,264,461,200	1,008,605,000	323	5.975232198
		14,269	2021	2,170	3,713,121,987	1,008,605,000	368	5.89673913
		15,731	2022	4,330	4,687,696,421	1,008,605,000	465	9.311827957
		15,416	2023	5,250	3,632,472,080	1,008,605,000	360	14.58333333
		16,162	2024	27,625	4,036,459,500	1,008,605,000	400	69.0625
9	TOBA	14,105	2020	358	4,103,344,226,800	8,049,964,000	509	0.703339882
		14,269	2021	810	5,054,441,190,963	8,049,964,000	628	1.289808917
		15,731	2022	605	6,665,386,619,183	8,068,271,058	826	0.732445521
		15,416	2023	304	6,531,568,735,320	8,106,700,622	805	0.377639752
		16,162	2024	570	7,057,302,637,260	8,167,826,970	864	0.659722222

Lampiran 7

Variabel *Corporate Social Responsibility* (Z)

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan	Tahun	$\sum X_j$	n_j	CSR
1	Alamtri Resources Indonesia, Tbk	ADRO	2020	17	25	0.68
			2021	19	25	0.76
			2022	19	25	0.76
			2023	19	25	0.76
			2024	19	25	0.76

2	Baramulti Suksessarana, Tbk	BSSR	2020	12	25	0.48
			2021	17	25	0.68
			2022	17	25	0.68
			2023	17	25	0.68
			2024	17	25	0.68
3	Golden Energy Mines, Tbk	GEMS	2020	18	25	0.72
			2021	18	25	0.72
			2022	18	25	0.72
			2023	18	25	0.72
			2024	18	25	0.72
4	Indo Tambangraya Megah, Tbk	ITMG	2020	16	25	0.64
			2021	17	25	0.68
			2022	19	25	0.76
			2023	20	25	0.8
			2024	21	25	0.84
5	Mitrabara Adiperdana, Tbk	MBAP	2020	17	25	0.68
			2021	17	25	0.68
			2022	17	25	0.68
			2023	17	25	0.68
			2024	17	25	0.68
6	Samindo Resources, Tbk	MYOH	2020	14	25	0.56
			2021	14	25	0.56
			2022	16	25	0.64
			2023	17	25	0.68
			2024	18	25	0.72
7	Bukit Asam, Tbk	PTBA	2020	20	25	0.8
			2021	20	25	0.8
			2022	22	25	0.88
			2023	22	25	0.88
			2024	22	25	0.88
8	Petrosea, Tbk	PTRO	2020	18	25	0.72
			2021	18	25	0.72
			2022	18	25	0.72
			2023	18	25	0.72
			2024	18	25	0.72
9	TBS Energi Utama, Tbk	TOBA	2020	18	25	0.72
			2021	18	25	0.72
			2022	19	25	0.76
			2023	19	25	0.76
			2024	19	25	0.76

Lampiran 8

Hasil Uji Data

Uji Statistik deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
PROFITABILITAS	45	.02	.91	.2724	.24012	.058
LIKUIDITAS	45	.73	7.88	2.5867	1.65441	2.737
LEVERAGE	45	.14	2.47	.7376	.53202	.283
NILAI PERUSAHAAN	45	.38	69.06	4.9733	10.39126	107.978
CSR	45	.48	.88	.7191	.07745	.006
Valid N (listwise)	45					

Sumber : SPSS 26 (Data Diolah)

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.60918930
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.123
	Negative	-.102
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : SPSS 26 (Data Diolah)

Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PROFITABILITAS	.967	1.034
	LIKUIDITAS	.538	1.860
	LEVERAGE	.560	1.787
	CSR	.907	1.102

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.681 ^a	.464	.410	7.98059	2.115

a. Predictors: (Constant), CSR, PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.681 ^a	.464	.410	7.98059	2.115

a. Predictors: (Constant), CSR, PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.750	4.719		-3.337	.002
	PROFITABILITAS	10.748	5.037	.248	2.134	.039
	LIKUIDITAS	2.146	.950	.342	2.259	.029
	LEVERAGE	16.602	2.988	.850	5.557	.000

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: SPSS 26 (Data diolah)

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)					
	PROFITABILITAS DIMODERASI OLEH CSR	14.910	7.241	.247	2.059	.046
	LIKUIDITAS DIMODERASI OLEH CSR	2.956	1.532	.302	1.930	.061
	LEVERAGE DIMODERASI OLEH CSR	21.605	4.203	.812	5.141	.000
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN						

Sumber : SPSS 26 (Data diolah)