

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Mediasi

Chandra Dwi Setyawan¹, Imam Ghozali²

¹²Program Magister Akuntansi Universitas Diponegoro, Semarang
chandradwiss@gmail.com, imam.ghozali@live.undip.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 27 Februari 2025

Disetujui : 11 Maret 2025

Dipublikasikan: 9 April 2025

ABSTRACT

This study examines the relationship between profitability and firm value with corporate social responsibility (CSR) as a mediating variable. Using purposive sampling, 116 mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2022-2023 were selected as research samples based on the availability of sustainability reports and annual reports. This study employs multiple linear regression analysis to test the relationships among variables and uses the Sobel test to examine the mediating effect of CSR between independent and dependent variables. The results show that profitability has a positive and significant effect on firm value, CSR has a positive and significant effect on firm value, profitability has a positive and significant effect on CSR, and CSR mediates the relationship between profitability and firm value. In conclusion, although CSR plays a positive mediating role in enhancing firm value, companies need to develop a more serious commitment to CSR implementation to increase public trust and send positive signals to stakeholders.

Keywords: *corporate social responsibility, firm value, mining companies, profitability*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang terkait dengan harga sahamnya. Nilai perusahaan dievaluasi berdasarkan beberapa faktor, salah satunya adalah harga saham. Nilai perusahaan adalah nilai pasarnya (Kamaliah, 2020). Pemegang saham akan memperoleh keuntungan finansial yang lebih besar seiring dengan kenaikan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sehingga menjadi keinginan para pemiliknya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan utama memberi manfaat kepada pemegang saham dan pemiliknya (Khan & Sukarno, 2024).

Nilai perusahaan merupakan refleksi keberhasilan perusahaan yang dinilai melalui harga sahamnya. Peningkatan nilai perusahaan tidak hanya meningkatkan keuntungan pemegang saham tetapi juga mencerminkan kinerja operasional yang baik. Profitabilitas, yang diukur dengan rasio ROE, menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berperan penting dalam memperkuat citra dan kualitas perusahaan, sehingga mempengaruhi nilai

perusahaan secara positif. Dalam konteks industri pertambangan, yang menunjukkan stabilitas selama pandemi, CSR dan profitabilitas dapat menjadi kunci untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mempertahankan kepercayaan investor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel mediasi.

Perusahaan pertambangan dikenal sebagai perusahaan pencemar lingkungan, maka dari itu perusahaan tambang diharuskan untuk menerapkan program CSR yang bertujuan untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan. Hal ini menggambarkan jika sebuah perusahaan di bidang tambang merupakan perusahaan yang sensitif dan berdampak besar pada lingkungan. Dengan perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi diharapkan dapat memicu untuk berdampak terhadap sekitar dan dapat memberikan nilai lebih kepada perusahaan.

Jaringan Advokasi Tambang (Jatam) menyatakan bahwa sekitar 70% kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh pertambangan terjadi di Indonesia. Aktivitas pertambangan membahayakan keragaman hayati di sekitar 3,97 juta hektar kawasan lindung. Selain itu, kerusakan Daerah Aliran Sungai (DAS) dalam beberapa tahun terakhir telah meningkat. Sekitar 4.000 DAS di Indonesia mengalami kerusakan yang signifikan, dengan 108 di antaranya mengalami kerusakan yang parah.

Oleh sebab itu Pemerintah menetapkan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Perppu Cipta Kerja yang sudah diundangkan, serta diatur lebih spesifik pada aturan tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang termuat dalam Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012. Aturan ini secara ringkas mengatur mengenai setiap perusahaan yang beroperasi di sektor terkait SDA diwajibkan untuk menjalankan CSR. Implementasinya harus dilaporkan secara transparan dalam laporan tahunan dan didanai secara proporsional oleh Perusahaan. CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) 21. GRI adalah pedoman pengukuran laporan keberlanjutan. GRI menciptakan keunggulan kompetitif global dalam pasar yang semakin fokus pada kesadaran lingkungan

Penelitian Harmono *et al.*, (2023) meneliti bagaimana profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian, profitabilitas sering difokuskan pada tujuan jangka pendek bisnis. Ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak peduli dengan kegagalan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Hanen *et. al* (2023) dalam penelitiannya mengatakan adanya pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk perbaikan berdampak positif terhadap masyarakat dan diapresiasi oleh investor. Perusahaan dapat menggunakan layanan masyarakat (CSR) untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. CSR yang dilakukan secara teratur dan berfokus pada kebutuhan sosial dan lingkungan memiliki potensi untuk meningkatkan nilai saham, menarik investor, dan meningkatkan pengelolaan resiko. Dengan melakukan CSR, perusahaan dapat meningkatkan nilainya di mata pemangku kepentingannya dan masyarakat secara keseluruhan.

STUDI LITERATUR

Teori Signaling

Teori Signaling adalah konsep yang berfokus pada pengurangan asimetri informasi antara dua pihak. Hal ini dapat terwujud dengan memberi kesempatan bagi pihak yang memiliki informasi untuk mengirimkan sinyal kepada pihak yang membutuhkannya. Sinyal yang diberikan oleh perusahaan dapat memengaruhi keputusan investasi yang dibuat oleh pihak eksternal yang berkepentingan. Para pelaku pasar akan menilai apakah informasi yang diumumkan berdampak positif atau negatif pada investor dan stakeholder

lainnya. Karena dapat mempengaruhi reaksi pasar dan keputusan investasi yang diambil oleh berbagai pihak, interpretasi ini penting (Prayogo, et al 2023).

Profitabilitas merupakan salah satu komponen keuangan yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Jika profitabilitas perusahaan meningkat, investor akan lebih percaya pada keputusan keuangan perusahaan (Fatima, *et al.*, 2023). Teori signaling menjelaskan hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Teori Legitimasi

Legitimasi menjelaskan tentang perbedaan nilai perusahaan dan masyarakat (legitimasi gap). Legitimasi merupakan keyakinan bahwa tindakan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dapat diterima, disukai, atau dianggap sesuai dengan nilai, standar, definisi, dan keyakinan yang telah ditetapkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, teori legitimasi digunakan sebagai dasar bagi perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR. Selain itu, pengungkapan laporan CSR diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan, yaitu memperoleh legitimasi dari masyarakat dan meningkatkan laba perusahaan di masa depan (Mahrani & Soewarno, 2019)

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan bertindak sesuai dengan norma dan nilai sosial dengan memperkuat legitimasi dari CSR dan nilai perusahaan akan bisa membentuk citra positif yang memberi dampak baik untuk jangka panjang perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut teori signal, Profitabilitas merupakan ukuran kinerja keuangan yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Investor melihat perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal yang baik tentang kinerja dan prospek masa depan mereka. Keputusan investasi mereka dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan (Rahayu & Sanjaya, 2024)

Ardiani *et al.*, (2021) dalam penelitiannya mengatakan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki pendapatan stabil dan profitabilitas yang terus meningkat cenderung menarik perhatian investor, karena rasio profitabilitas yang lebih tinggi menunjukkan potensi pengembalian investasi yang lebih besar. Sebagai imbalannya, harga saham perusahaan akan mengalami kenaikan, yang juga akan berimbas pada peningkatan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, hipotesis pada penelitian ini yaitu

H1 : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Teori legitimasi berasumsi bahwa perusahaan yang memenuhi harapan sosial akan mendapatkan dukungan dan penerimaan dari masyarakat (Choi & Wang, 2023). CSR dianggap sebagai alat untuk memenuhi harapan tersebut ketika perusahaan menjalankan CSR, perusahaan dianggap berkomitmen pada kesejahteraan sosial dan lingkungan, yang membantu untuk mendapatkan status di mata publik. Strategi perusahaan dalam konteks pengelolaan sosial dan lingkungan adalah suatu usaha yang dilakukan guna membentuk kesan baik terkait tanggung jawab perusahaan pada lingkungan dan sosial.

Hanen *et al.*, (2023) dalam penelitiannya mengatakan adanya pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk perbaikan berdampak positif terhadap masyarakat dan diapresiasi oleh investor. Penelitian yang dilakukan Khuong & Anh (2023) menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Ini memiliki arti CSR yang dilakukan bisa mempengaruhi

persepsi dari pemangku kepentingan dan investor. Oleh sebab itu, hipotesis pada penelitian ini yaitu

H2 : *Corporate Social Responsibility (CSR) Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan*

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Signaling theory menyatakan bahwa peningkatan profitabilitas yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya memberikan sinyal positif kepada investor berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha di masa mendatang. Saat profitabilitas perusahaan tinggi disertai dengan pengungkapan CSR yang tinggi, maka persepsi investor terhadap perusahaan akan semakin meningkat karena menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek namun juga tujuan jangka panjang. Hal ini akan ditangkap sebagai sinyal positif oleh investor yang kemudian berdampak pada meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan.

Warninda & Faujiyah (2023) dalam penelitiannya mengatakan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dikarenakan CSR dapat meningkatkan kepercayaan publik dan menarik investor, membangun loyalitas pelanggan yang lebih baik, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar saham. Oleh sebab itu, hipotesis pada penelitian ini yaitu

H3 : *Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) memediasi hubungan antara profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Keterkaitan antara profitabilitas dan nilai perusahaan masih memerlukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. CSR dianggap mampu menjelaskan hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada pihak eksternal melalui pelaporan informasi terkait nilai perusahaan untuk meminimalisir ketidakpastian akan prospek perusahaan di masa mendatang dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan sebanding dengan nilainya yang diharapkan investor. Pelaporan informasi terkait peningkatan profitabilitas dan pengungkapan CSR yang lebih luas akan mempengaruhi kualitas laporan keuangan perusahaan. Ketika perusahaan menjadi transparan dalam menyampaikan informasi terkait masalah tata kelola, lingkungan, dan sosial, mereka dapat menerima penilaian yang baik dari para pemangku kepentingan. Ini dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan (Behl *et al.*, 2022).

Ayu & Sanjaya (2017) dalam penelitiannya mengatakan bahwa peran CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan rumusan hipotesis sebelumnya yang telah menguraikan hubungan profitabilitas terhadap CSR dan juga pengaruhnya terhadap nilai perusahaan secara parsial, maka rumusan yang dapat ditarik yaitu :

H4 : *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan energi dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022 dan 2023. Penelitian ini memilih perusahaan energi dan pertambangan karena kegiatan operasional perusahaan memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan dan masyarakat. Model

persamaan regresi sebagai berikut :

Model 1 (Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR):

$$\text{CSR} : \alpha_1 + \beta_1 \text{PROF} + e_1$$

Model 2 (Pengaruh Profitabilitas dan CSR terhadap Nilai Perusahaan):

$$\text{NP} : \alpha_2 + \beta_2 \text{PROF} + \beta_3 \text{CSR} + e_2$$

Keterangan

NP : Nilai Perusahaan (diukur dengan Tobin's Q)

PROF : Profitabilitas (diukur dengan ROE)

CSR : *Corporate Social Responsibility* (diukur dengan GRI 21)

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

e : Error term

HASIL

Statistik deskriptif adalah teknik analisis proses pemetaan data yang digunakan untuk mendapatkan gambaran keseluruhan dari sampel yang telah dikumpulkan agar mendapatkan kesimpulan umum.

Tabel 1 Analisis Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| ROE | 116 | -.94 | 3.76 | .1960 | .43547 |
| Tobin's Q | 116 | .21 | 14.45 | 1.3485 | 1.67179 |
| CSR | 116 | .15 | .99 | .4781 | .20948 |

Sumber diolah berdasarkan SPSS 27

Hasil dari pengujian statistik deskriptif dari variabel nilai perusahaan (Tobin's Q), profitabilitas (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan di BEI tahun 2022-2023 yang disajikan dalam Tabel 1. Pada tabel 1 menunjukkan nilai rata-rata variabel profitabilitas sebesar 1,19 dengan standar deviasi sebesar 0,43. Nilai tertinggi variabel profitabilitas sebesar 3,76 sedangkan nilai terendahnya sebesar -0,94. Nilai rata-rata variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) sebesar 1,34 dengan standar deviasi sebesar 1,67. Nilai tertinggi variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) sebesar 14,45 sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,21. Nilai rata-rata variabel CSR sebesar 0,47 dengan standar deviasi sebesar 0,20. Nilai tertinggi variabel CSR sebesar 0,99 sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,15.

Tabel 2 Uji Coefficients

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .182 | .046 | | 3.943 | .000 |
| | ROE | .151 | .015 | .707 | 10.419 | .000 |
| | CSR | .089 | .130 | .046 | 2.068 | .049 |
| 2 | (Constant) | -.334 | .011 | | -30.287 | .000 |
| | ROE | .032 | .010 | .285 | 3.175 | .002 |

Sumber diolah berdasarkan SPSS 27

Uji-t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3 Uji Sobel

| Variabel | Sobel | Sig. |
|---|-------|-------|
| Profitabilitas -> CSR -> Nilai Perusahaan | 2,206 | 0,027 |

Sumber diolah berdasarkan SPSS 27

Uji sobel dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi dalam pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Pada tabel 9 uji t di atas menunjukkan hasil nilai t hitung variabel profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) melalui CSR sebesar 2,206 lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,027 lebih kecil dari α (0,05), maka dari itu diperoleh kesimpulan bahwa variabel profitabilitas (ROE) memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) melalui variabel CSR.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis Koefisien profitabilitas (ROE) yaitu 0.151 dengan t-value yaitu 10.419 dan sig. 0.000 (< 0.05) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (t-value 0,00) artinya semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka nilai perusahaan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan perspektif teori signal yang menjelaskan bahwa peningkatan profitabilitas yang ditunjukkan dalam laporan keuangan adalah upaya untuk memberikan sinyal yang baik kepada investor tentang kinerja perusahaan dan prospek pertumbuhan bisnis di masa mendatang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gautama *et al.*, (2024) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini terjadi saat perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung melakukan investasi lebih agresif dalam inovasi, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing dan nilai pasar perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis Koefisien CSR yaitu 0.089 dengan t-value yaitu 2.068 dan sig. 0.049 (< 0.05) menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (t-value 0,04) artinya semakin baiknya CSR yang dilakukan perusahaan, maka nilai perusahaan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi, ketika perusahaan melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR, hal ini akan meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan investor, yang kemudian akan meningkatkan legitimasi perusahaan. Legitimasi yang kuat dari masyarakat akan menciptakan kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan, yang berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen, kemudahan akses modal, dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula legitimasi yang diperoleh, yang kemudian akan berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan melalui respon positif dari para stakeholder.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanen *et al.*, (2023) dalam penelitiannya mengatakan adanya pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk perbaikan berdampak positif terhadap masyarakat dan diapresiasi oleh investor. Penelitian yang dilakukan Khuong dan Anh (2023) menemukan bahwa CSR berpengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Ini memiliki arti CSR yang dilakukan bisa mempengaruhi persepsi dari pemangku kepentingan dan investor.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil uji hipotesis Koefisien profitabilitas (ROE) yaitu 0.032 dengan t-value yaitu 3.175 dan sig. 0.002 (< 0.05) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* artinya semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka CSR yang dilakukan perusahaan semakin meningkat. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kemampuan lebih besar untuk melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR sebagai bentuk sinyal positif kepada stakeholder. Tingginya profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, sehingga mendorong perusahaan untuk memberikan informasi lebih banyak dalam pengungkapan CSR untuk membedakan diri dengan perusahaan lain yang kurang menguntungkan. Chapagain (2022), pengungkapan CSR yang lebih luas ini merupakan sinyal bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan tanggung jawab sosial, sekaligus menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek tetapi juga keberlanjutan jangka panjang. Investor melihat bahwa perusahaan yang mampu melakukan CSR memiliki kinerja keuangan yang sehat (Qonita *et al.*, 2022)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adib *et al.*, (2024), dalam penelitiannya mengatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif Terhadap *Corporate Social Responsibility*, hal ini dikarenakan profitabilitas yang tinggi mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas sebagai sinyal positif kepada stakeholder. Sedangkan Wulandari (2024) dalam penelitiannya mengatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan sektor pertambangan. Hal ini dikarenakan dalam industri pertambangan, faktor operasional dan efisiensi penggunaan aset lebih berperan penting dalam menentukan profitabilitas dibandingkan dengan aktivitas CSR.

***Corporate Social Responsibility* (CSR) memediasi hubungan antara profitabilitas dan Nilai Perusahaan**

Hasil uji sobel menunjukan bahwa Nilai t-hitung (2,206) $>$ t-tabel (1,96) pada tingkat signifikansi 5%, Nilai signifikansi 0,027 $<$ 0,05 menunjukkan pengaruh mediasi yang signifikan. CSR terbukti secara statistik memediasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Profitabilitas tetap memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan CSR berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh tersebut Namun profitabilitas secara positif memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan tanpa adanya CSR sebagai variabel mediator. Hal ini sejalan dengan teori signal, ketika pengungkapan CSR yang lebih luas ini menjadi mediasi yang memperkuat sinyal positif dari profitabilitas kepada investor, dimana investor akan menangkap ini sebagai indikasi bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan keberlanjutan jangka panjang. Sinyal positif yang diterima investor melalui profitabilitas yang tinggi dan pengungkapan CSR yang luas akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan, yang kemudian tercermin dalam peningkatan harga saham dan pada akhirnya

meningkatkan nilai perusahaan (Handayani *et al.*, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaliah (2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memediasi hubungan antara profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan Pengungkapan CSR yang luas memberikan sinyal positif bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan jangka panjang. Ketika hal ini dikombinasikan dengan profitabilitas yang tinggi dan implementasi CSR yang baik, perusahaan menunjukkan prospek keberlanjutan jangka panjang yang menjanjikan. Investor menangkap sinyal positif ini sebagai bentuk komitmen perusahaan, yang kemudian meningkatkan kepercayaan mereka terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Berdasarkan studi tersebut, keberhasilan mediasi CSR pada industri-industri tersebut menunjukkan pentingnya penyelarasan praktik berkelanjutan dengan strategi jangka panjang perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan serta pengungkapan CSR bukan lagi hanya menjadi sebuah kegiatan sukarela, akan tetapi merupakan sebuah kewajiban untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya suatu perusahaan tidak memengaruhi besarnya tingkat pengungkapan CSR perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki pendapatan stabil dan profitabilitas yang terus meningkat cenderung menarik perhatian investor, karena rasio profitabilitas yang lebih tinggi menunjukkan potensi pengembalian investasi yang lebih besar. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa saat perusahaan melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR, hal ini akan meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan investor, yang kemudian akan meningkatkan legitimasi perusahaan. Selanjutnya, profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kemampuan lebih besar untuk melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR sebagai bentuk sinyal positif kepada stakeholder. Penelitian ini juga membuktikan bahwa CSR mampu memediasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, yang berarti profitabilitas yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu memperhatikan tidak hanya aspek profitabilitas tetapi juga pengungkapan CSR sebagai strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan.

REFERENSI

- Adib, N., Alam, M, D., Nugraha, R, A., Rachman, H, A., & Kusumadewi, A, W. (2024). *The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Company Performance” Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 13 No. 1, 2025 pp. 101-108.* <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i1.3040>
- Ardiani, D., Eka, H, S., & Kusumawardani, R. (2021). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.* *Stability: Journal of Management and Business*, 4(1), 15–27. <https://doi.org/10.26877/sta.v4i1.8186>
- Ayu, D, P., & Suarjaya, A, A. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*

- Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 1112-1138 , ISSN : 2302-8912*
- Behl, A., Kumari, PSR, Makhija, H., & Sharma, D. (2022). *Exploring the relationship of ESG score and firm value using cross-lagged panel analyses: case of the Indian energy sector. Annals of Operations Research*, 313(1), 231–256. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04189-8>
- Ben Fatma, H. & Chouaibi, J. (2024). *The mediating role of corporate social responsibility in good corporate governance and firm value relationship: evidence from European financial institutions, Meditari Accountancy Research, Vol. 32 No. 4, pp. 1084-1105. https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2022-1762*
- Chapagain, B, R. (2021). *The effects of internal, external and aggregated CSR practices on the firm’s reputation and profitability. Rajagiri Management Journal Vol. 16 No. 2, 2022 pp. 118-130. https://doi.org/10.1108/RAMJ-12-2020-0070*
- Choi, J. and Wang, H. (2023), “Stakeholder relations and the persistence of corporate financial performance”, *Strategic Management Journal*, Vol. 30 No. 8, pp. 895-907, doi: 10.1002/smj.759.
- Delgado, Catarina, & Branco Manuel Castelo. (2013). *"Encyclopedia of Corporate Social Responsibility"*
- Fatima, N. A., Salim, R. R., Sundari, S., & Madein, A. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Systematic Literature Review. Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 7(2), 98–112.
- Gautama, B, P., Asrifah, ., Nurhayati, N, S., Miftahuddin, A., & Perdana, Y. (2024). “*The Effect of Profitability and Liquidity on Firm Value with Capital Structure as a Moderating Variable*” *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol 7, Issue 1, (2024, 763 – 776. https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i1.940*
- Global Reporting Initiative. (2021). “*About GRI.*” <https://www.globalreporting.org>. diakses pada 1 Februari 2025.
- Hadj, T, B., Omri, A., & Altit, A. (2020). “*Mediation role of responsible innovation between CSR strategy and competitive advantage: Empirical evidence for the case of Saudi Arabia enterprises*”. *Management Science Letters* 10. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.022>
- Handayati, P., Sumarsono, H., & Narmaditya, B, S. (2022). “*Corporate Social Responsibility Disclosure And Indonesian Firm Value: The Moderating Effect Of Profitability And Firm’s Size*” *Journal Of Eastern European And Central Asian Research. http://dx.doi.org/10.15549/jeecar.v9i4.940*
- Harmono, H., Haryanto, S., Chandrarin, G. & Assih, P. (2023). “*Financial Performance and Ownership Structure: Influence on Firm Value Through Leverage, Barnett, W.A. and Sergi, B.S. (Ed.)” Macroeconomic Risk and Growth in the Southeast Asian Countries, Vol. 33B), Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 63-85. https://doi.org/10.1108/S1571-03862023000033B005*
- Kamaliah. (2020). “*Disclosure of corporate social responsibility (CSR) and its implications on company value as a result of the impact of corporate governance and profitability*”, *International Journal of Law and Management, Vol. 62 No. 4, pp. 339-354. https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2017-0197*
- Khan, F & Sukarno, S. (2024). “*The Influence of Good Corporate Governance on Firm Value before and during COVID-19 in Indonesia*”. *International Journal of*

Current Science Research and Review. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i4-26>

- Khuong, N, V & Anh, L, H, T., (2023). "The nexus between corporate social responsibility and rm value: the moderating role of life-cycle stages." vol. 19 NO. 5 2023, pp. 949-969, <https://doi.org/10.1108/SRJ-09-2021-0370>
- Kurniati, S. (2019), "Stock returns and financial performance as mediation variables in the influence of good corporate governance on corporate value", *Corporate Governance*, Vol. 19 No. 6, pp. 1289-1309. <https://doi-org.proxy.undip.ac.id/10.1108/CG-10-2018-0308>
- Nurlela, Rika & Islahuddin. (2008). "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XI Pontianak.*"
- Prayogo, E., Handayani, R., & Meitiawati, T. (2023). *ESG Disclosure dan Retention Ratio terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi. Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 368–379. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.18212>
- Qonita, D., Listiorini, L., & Novietta, L. (2022). *Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Kualitas Laba dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022. JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2554–2576.
- Rahayu, K, P & Sanjaya, S. (2024). *Pengaruh Loan to Deposit Ratio dan Beban Operational Per Pendapatan Operasional Terhadap Return on Asset Pada PT. Bank Mega Tbk Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI). RJABM (Research Journal of Accounting and Business Management)* 5 (2), 138-153.
- Understanding the Global Reporting Initiative (GRI) and its benefits for SMEs. (2024). <https://www.eevery.co/blog-post/understanding-the-global-reporting-initiative-gri-and-its-benefits-for-smes>
- Warninda, T, D & Faujiyah, S. (2023). "The effect of corporate social responsibility on profitability with leverage as moderating variable" *Journal of Management and Business Insight.* <https://doi.org/10.12928/jombi.v1i1.518>
- Wulandari, S (2024). *Pengaruh Akuntansi Hijau (Green Accounting) Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)