
**PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Irfan Fadli¹

¹*Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau, Indonesia*

Email: irfanfadli662@gmail.com*

Yusrawati²

²*Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau, Indonesia*

Email: yusrawati@eco.uir.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Dengan menentukan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan kriteria sampel penelitian. Sampel yang digunakan sebanyak 16 perusahaan dengan jumlah sampel 48 pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi CSR dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and managerial ownership on firm value with profitability as a moderating variable in the mining sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the years 2021-2023. The population in this study consists of mining sector companies listed on the IDX for the years 2021-2023. The sample was determined using a purposive sampling technique to obtain specific research criteria. A total of 16 companies were selected as the sample, resulting in 48 data points in the mining sector listed on the IDX during 2021-2023. The results of this study indicate that CSR has no effect on firm value, while managerial ownership has and significant effect on firm value. Profitability is not able to moderate the relationship between CSR and managerial ownership on firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Managerial Ownership, Profitability, Firm Value*

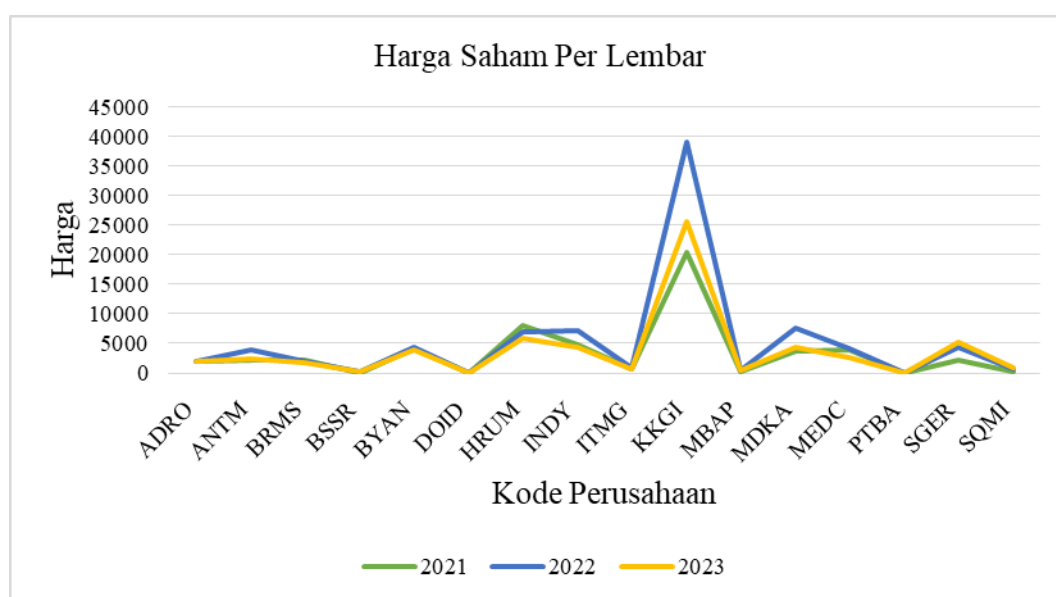
PENDAHULUAN

Perubahan kondisi ekonomi global diperburuk oleh meningkatnya persaingan investasi. Produktivitas dan keberlanjutan perusahaan untuk jangka panjang akan dikelola dengan baik apabila nilai perusahaan memberikan keputusan yang tepat kepada investor dalam merencanakan langkah-langkah dalam berinvestasi. Melaksanakan fungsi manajemen

keuangan dapat membantu perusahaan mencapai tujuan utamanya dalam mengoptimalkan nilainya, dengan setiap tindakan keuangan memiliki dampak pada nilai perusahaan dan memengaruhi yang lainnya (Dirman *et al.*, 2020).

Pada tahun 2025 berdasarkan website <https://www.idx.co.id/id> sampel terdaftar pada sektor pertambangan dengan jumlah 16 perusahaan. Berikut gambar disajikan perusahaan yang terpilih.

Gambar 1 menunjukkan bahwa harga saham per lembar sektor pertambangan di BEI tahun 2021-2023 mengalami kenaikan maupun penurunan. Pada tahun 2022 PT. Indo Tambangraya Megah mengalami kenaikan harga saham di akhir periode yaitu Rp 39.025 karena pembagian dividen interim dengan jumlah Rp 4.128 per lembar yang mewakili laba bersih sekitar 65 persen perusahaan (Liputan6.com, 2022). Pada tahun 2023 PT. Indo Tambangraya Megah harga saham sebesar Rp 25.650 mengalami penurunan akibat laba dan turunnya pendapatan USD 1,29 miliar dibandingkan periode sama dengan tahun sebelumnya USD 1,42 miliar (Liputan6.com, 2023)



Sumber : Data diolah 2025

Gambar 1
Harga Saham Perusahaan Pertambangan Tahun 2021-2023

Hadyarti dan Mahsin (2019) menyatakan bahwa dalam menjaga keberlanjutan strategi jangka panjang, perusahaan perlu menyeimbangkan dengan memperhatikan kondisi lingkungan dan masyarakat. Namun, banyak perusahaan yang cenderung lebih memprioritaskan keuntungan pemegang saham, tanpa disadari kurangnya perhatian pada kepentingan publik adalah suatu sasaran yang harus dijaga. Nurfauziah dan Utami (2021) kondisi kurangnya kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial pada perusahaan perlu diperhatikan.

Keberhasilan yang dicapai tidak hanya didapatkan dalam perusahaan, tetapi di luar perusahaan harus mampu menciptakan dan mendorong program yang termasuk menguntungkan bagi perusahaan. Dengan meningkatkan rasa peduli lebih terhadap masyarakat dan lingkungan, dapat mengimplementasikan CSR dan GCG sebagai strategi berkelanjutan yang menguntungkan, pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan reputasi dan menciptakan nilai tambah (Widjayanti et al., 2024). Salah satu bentuk implementasi GCG yang menarik untuk diteliti lebih lanjut adalah kepemilikan manajerial. Dalam studi ini, GCG diproksi oleh kepemilikan manajerial yaitu variabel penelitian akan mengukur sejauh mana pihak manajemen memiliki bagian penting terhadap kepemilikan sahamnya pada perusahaan.

Kepemilikan manajerial yang tinggi memungkinkan manajemen memiliki kendali kepada investor atas perusahaan, karena manajer yang memegang saham akan mayoritas memiliki pengaruh didalam RUPS (Ariani et al., 2024). Selain peningkatan porsi kepemilikan saham manajemen turut mendorong para pemilik saham dengan berkontribusi pada meningkatnya nilai perusahaan (Sapitri & Fajriana, 2025). Mengimplementasikan kepemilikan manajerial dengan mengubah dan mengembangkan nilai perusahaan yang sesuai harapan. Pada saat manajer berkontribusi saham atas perusahaannya, maka pihak manajer upaya bersungguh-sungguh dalam meraih hasil diharapkan agar meningkatkan nilai perusahaan (Fana & Prena, 2021).

Pada perusahaan profitabilitas yang tinggi dapat membuat keputusan yang diambil oleh investor menjadi efektif dalam memilih perusahaan dalam berinvestasi. Total aset yang besar pada perusahaan dalam mendapatkan keuntungan mampu menunjukkan jika arus kas pada perusahaan tersebut bersifat positif dan kemungkinan perusahaan tersebut relatif lebih stabil dalam waktu yang lama (Janah & Munandar, 2022).

Berdasarkan studi sebelumnya output berbeda-beda, maka studi ini merupakan replikasi studi oleh Firdaus dan Haryati (2024) mengenai pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan profitabilitas sebagai variabel moderasinya perusahaan BUMN terdaftar BEI. Adapun perbedaan penelitian Firdaus dan Haryati (2024) yaitu menggunakan objek perusahaan BUMN, sedangkan studi ini memakai objek sektor pertambangan terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

Perusahaan pertambangan merupakan perseroan bergerak pada bidang lingkungan dan mengelola sumber daya alam sehingga bertanggung jawab mengoperasikan tambang secara berkelanjutan. Dengan berbeda-beda hasil penelitian telah diuji dari beberapa penelitian terdahulu, maka studi ini dilakukan dengan memilih sampel perusahaan sektor pertambangan karena berhubungan langsung pada lingkungan yang mengelola sumber daya alam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, serta peran profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021–2023.

Berdasarkan penjabaran diatas, penulis akan mengkaji pengaruh penerapan CSR dan Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan profitabilitas sebagai moderasinya, maka penulis melanjutkan penelitian ini mendalam bentuk karya ilmiah dengan judul: “Pengaruh Penerapan CSR dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Pertambangan di BEI Tahun 2021-2023”.

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi pertama kali diperkenalkan Jensen dan Meckling (1976) berjudul “*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*”. Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen, di mana masing-masing pihak memiliki tujuan berbeda namun saling terkait, serta mempertimbangkan manfaat dan efisiensi dalam pelaksanaannya (Subroto, 2024). Menurut teori agensi hubungan agensi merupakan bentuk kontrak kerja prinsipal memberikan kepercayaan kepada agen untuk melaksanakan sejumlah tugas atas namanya, termasuk mendelegasikan sebagian wewenang dalam proses pengambilan keputusan (Suwisma, 2023). Agensi menggambarkan perusahaan sebagai tempat interaksi antara manajemen dan pemilik saham berpotensi menimbulkan konflik kepentingan dan menghasilkan biaya keagenan (Nopriyanto, 2024).

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* dikembangkan R. Edward Freeman tahun 1984, dengan penelitian yang berjudul “*Strategic Management: A Stakeholder Approach*”. Teori *stakeholder* didefinisikan sebagai perspektif dalam kapitalisme yang menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara perusahaan dan berbagai pihak berkepentingan seperti investor, pelanggan, komunitas ataupun pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap organisasi (Subroto, 2024). Semangat berorientasi sosial, teori pemangku kepentingan strategis dan mengutamakan manajemen strategi dan teknik dalam mencapai tujuan melalui pemangku kepentingan (Estaswara, 2020). Teori ini juga menekankan pentingnya bagi organisasi untuk menemukan keseimbangan antara keuntungan bisnis dan keberlanjutan jangka panjang dengan hubungan yang baik.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori ini dikembangkan Dowling dan Pfeffer, yang berjudul “*Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior*” pada tahun 1975. Dalam hubungan teori ini, konsep legitimasi menyatakan bahwa pengakuan dari sebuah pemangku kepentingan dalam keberadaannya yang mempunyai hubungan antara organisasi dan masyarakat. Teori legitimasi merupakan pengungkapan informasi dipandang sebagai mekanisme dalam merespons tekanan lingkungan eksternal serta adanya pandangan baik pada masyarakat (Subroto, 2024). Legitimasi merupakan suatu tindakan yang dimana kondisi dalam sebuah entitas yang mencangkup institusi maupun organisasi yang dianggap sesuai aturan dan nilai yang berlaku pada masyarakat. Dengan usaha dan tindakan yang akan di lakukan, perusahaan harus sudah memastikan diterimanya oleh pihak yang terlibat sebagai suatu yang sah. Hubungan antara nilai perusahaan dan *stakeholder* ini juga sangat kuat didalam teori legitimasi.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap sebuah perusahaan relatif terhadap harga sahamnya (Sari & Faisal, 2024). Operasional perusahaan yang berjalan dengan baik menciptakan peluang yang akan mendukung keberhasilan perusahaan, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Menjadi sebagian dari faktor utama pertimbangan investor

dalam menilai perusahaan adalah harga saham. Alkhairani *et al.* (2020) menyatakan dengan semakin kuat nilai perusahaan, maka semakin maksimal pula harga saham dan pada akhirnya berdampak positif pula kemakmuran para investor.

Nilai perusahaan dapat tercapai dengan pengelolaan dan pengaturan efektif perusahaan terhadap tenaga kerja, sumber daya, dan operasional. Perusahaan perlu menjaga kepercayaan dengan menciptakan bentuk dan wujud dari inovasi mendorong perkembangan, dengan menjaga kualitas produk dan layanan serta mampu meminimalisir permasalahan dalam hubungan antara pelanggan dan *stakeholder*.

Corporate Social Responsibility

CSR adalah komitmen dalam menjamin kegiatan meliputi lingkup lingkungan, kesehatan, masyarakat, pendidikan dan lain-lain serta menciptakan rasa peduli perusahaan dalam melakukan strategi bisnis yang transparan dan meningkatkan kualitas kehidupan. Kewajiban perusahaan menerapkan CSR pada setiap perusahaan adalah kewajiban sosial dan lingkungan untuk mendorong sebuah kemakmuran pada masyarakat. Hal ini tercantum pada Undang-undang perseroan Pasal 3 Nomor 40 Tahun 2007 mengatakan : “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen entitas mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan bertujuan meningkatkan kualitas hidup serta menjaga lingkungan demi memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal”.

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah proporsi saham dikendalikan dari manajemen terhadap untuk seluruh saham yang beredar dalam perusahaan dikelola oleh manajemen (Widyastuti *et al.*, 2022). Manajer akan berusaha memaksimalkan kinerja perusahaan untuk menciptakan harga saham perusahaan menjadi meningkat. Suatu perusahaan mempunyai kepemilikan manajerial mendukung mewujudkan tujuan dengan meningkatkan nilai perusahaan serta memakmurkan para investor (Alawiyah *et al.*, 2022).

Selain itu, kepemilikan manajerial berperan utama dalam mengatasi permasalahan agensi, karena semakin luas kepemilikan saham, maka maksimal pula dukungan mereka meningkatkan kinerja. Dengan demikian, kepemilikan manajerial akan menjadikan perusahaan mengurangi konflik keagenan serta mensejajarkan kepentingan khusus manajemen dengan pemegang saham.

Profitabilitas

Profitabilitas yaitu panduan mengukur besarnya laba yang menjadi begitu penting pada perusahaan didalam mengetahui secara efisien (Suryani, 2023). Profitabilitas dapat digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam bentuk pendapatan, modal dan aset untuk mengoperasionalkannya. Dengan begitu, profitabilitas dapat dijadikan sebagai indikator yang bisa menilai kinerja dalam mengelola perusahaan.

Tujuan profitabilitas adalah memastikan bahwa perusahaan menciptakan keuntungan dari kegiatan bisnis operasionalnya agar mencapai pada titik tertinggi kepada investor dan pasar. Janah dan Munandar (2022) bahwa informasi tentang peningkatan profitabilitas perusahaan merupakan sinyal positif yang akan berdampak pada keputusan investasi.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Dalam CSR adalah kegiatan dapat ditandai sebagai upaya meningkatkan nilai perusahaan. Dengan begitu CSR dilaksanakan akan menjadi tujuan suatu perusahaan dengan mempertimbangkan dengan aspek lingkungan dan sosial (Widjayanti *et al.*, 2024). Dengan penerapan CSR cocok dengan teori legitimasi, adanya penerapan CSR perusahaan mampu memberikan dampak yang bermanfaat bagi masyarakat sekaligus membangun kepercayaan publik serta dukungan pada perusahaan untuk terus mengembangkannya secara berkelanjutan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Jennifer *et al.*, 2023).

Sementara itu, dengan memperbaiki reputasi dimata investor dan masyarakat akan memperbaiki citra yang akan berdampak naiknya nilai perusahaan kedepannya. Pengungkapan CSR adalah rasa bentuk pertanggung jawaban terhadap lingkungan dan masyarakat oleh perusahaan sebagai faktor utama dalam investasi masa depan. Hasil studi ini sejalan dengan Lestari (2023) dan Nurfauziah dan Utami (2021) yang menunjukkan CSR pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Kemampuan mengelola dengan mendorong kinerja manajer akan mengoptimalkan nilai perusahaan. Dalam *legitimacy theory* ini adalah yang memegang peran sentral dalam meningkatkan nilai perusahaan (Firdaus & Haryati, 2024). Kepemilikan saham manajemen mengurangi konflik disebabkan oleh ketidaksamaan tujuan antara manajer dan pemilik modal (Lusi *et al.*, 2019). Kepemilikan manajerial dapat dijadikan mekanisme meminimalisir keagenan timbul diantara kedua pihak tersebut sehingga potensi munculnya tindakan manajer memintangkan keuntungan pribadi dapat ditekan (Husna & Henny, 2024).

Kepemilikan manajerial mampu memperhatikan kepentingan para stakeholder dalam mengoptimalkan nilai perusahaan (Worokinasih & Zaini, 2020). Dalam konteks teori *stakeholder*, kepemilikan manajerial akan mendorong manajemen untuk tidak berfokus pada pemegang saham, tetapi memperhatikan kepentingan pihak lain seperti konsumen, karyawan dan masyarakat. langkah ini akan meningkatkan reputasi yang baik dan loyalitas pelanggan dalam memberikan dampak positif pada nilai perusahaan.

Korelasi kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan dijelaskan melalui teori agensi, yaitu manajemen sebagai agen berkewajiban mengoptimalkan laba pemilik, sementara manajemen mendapatkan komisi sebagai imbalannya (Paulina *et al.*, 2022). Selain kepedulian diberikan oleh perusahaan terhadap lingkungan melalui kinerja perusahaan, konsumen juga dapat meningkatkan loyalitas produk, akhirnya peningkatan pada produksinya (Istan, 2024). Studi ini sejalan Paulina *et al.* (2022) yaitu kepemilikan manajerial pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas memoderasi Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan akan mendapatkan keuntungan jika investor akan datang untuk berinvestasi dengan menanamkan modal dalam jangka panjang apabila citra perusahaan tersebut baik dalam pandangan sosial dan lingkungan yang luas. Semakin luas dalam kegiatan CSR maka meningkatkan kepercayaan investor yang sehingga akan menaikkan harga sahamnya (Riyadh *et al.*, 2022). Hal ini sesuai teori legitimasi, bahwa

mengimplementasikan CSR akan berdampak positif untuk citra perusahaan, profit tercermin melalui meningkatnya nilai saham dan memberikan keuntungan investor.

Dengan profitabilitas maksimal akan semakin mampu pula tersebut akan mengungkapkan kegiatan CSR dalam memberikan peluang besar pada investor masa depan. Studi ini sejalan oleh Zainal *et al.* (2024) dan Firdaus dan Haryati (2024) menyatakan profitabilitas mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas memoderasi pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial yaitu sebagian saham dimana dimiliki atau bagian kepemilikannya oleh manajemen. Melalui manajemen peran akan dikendalikan tidak hanya mengelola tetapi akan menentukan pengambilan keputusan yang efektif akan meningkatkan laba perusahaan. Dengan begitu, apabila profitabilitas yang tinggi dalam perusahaan maka akan cenderung akan kuat berdampak naiknya nilai perusahaan, sehingga manajer di perusahaan yang memiliki saham akan memaksimalkan tugasnya secara optimal untuk meningkatkan nilai perusahaan (Riyadh *et al.*, 2022).

Dalam teori agensi, kepemilikan saham oleh manajemen dapat meminimalkan konflik oleh manajer dan pemilik modal lain. Oleh karena itu, permasalahan antara keagenan diminimalisasi atau dihilangkan apabila manajer juga berperan sebagai pemegang saham (Husna & Henny, 2024). Sementara itu, dari sudut pandang teori *stakeholder* profitabilitas akan menjadi peran penting dalam perusahaan yang mampu memenuhi *stakeholder* seperti konsumen, karyawan dan masyarakat. Profitabilitas akan mampu menciptakan hubungan kuat antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan untuk keberhasilan manajer meningkatkan keuntungan serta mencerminkan kemampuannya dalam memberikan kepuasan pada *stakeholder* secara merata. Hal ini sesuai studi Suharto *et al.* (2022) dan Riyadh *et al.* (2022) bahwa profitabilitas mampu memoderasi kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

H4: Profitabilitas memoderasi hubungan antara Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diakses pada laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan berkelanjutan. Data penelitian ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI dengan mengakses website resmi www.idx.co.id. Populasi studi ini seluruh perusahaan terdaftar di BEI menggunakan sektor pertambangan periode 2021-2023. Penelitian menggunakan sampel dengan metode *purposive sampling*, yaitu menggunakan sampel menentukan kriteria sudah ditentukan. Berikut kriteria digunakan penelitian ini: (1) Perusahaan menggunakan sektor pertambangan terdaftar di BEI tahun 2021-2023 (2) Perusahaan sektor pertambangan mempublikasikan *Annual Report* dan *Sustainability Report* tahun 2021-2023 (3) Perusahaan sektor pertambangan melibatkan CSR, kepemilikan manajerial dan profitabilitas tahun 2021-2023.

Tabel 1
Kriteria Sampel Penelitian

Perusahaan sektor pertambangan terdaftar di BEI tahun 2021-2023	40
Perusahaan sektor pertambangan tidak mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan berturut-turut tahun 2021-2023	(9)
Perusahaan sektor pertambangan tidak melibatkan CSR, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas tahun 2021-2023	(24)
Jumlah sampel memenuhi kriteria	16
Tahun pengamatan	3
Jumlah data yang diamati	(16 x 3) 48

Tabel 2
Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Cara Pengukuran	Referensi
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai yang diberikan investor, masyarakat, dan stakeholder lain terhadap kinerja serta prospek perusahaan di masa depan.	Tobin's Q	$Tobins\ Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$	Hadyarti & Mahsin (2019)
Corporate Social Responsibility (X1)	Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang diukur melalui pengungkapan laporan keberlanjutan.	91 indikator GRI-G4 (ekonomi, lingkungan, sosial)	CSR Indeks = seluruh informasi yang diungkapkan / total informasi yang diungkapkan	Global Reporting Initiative (GRI-G4)
Kepemilikan Manajerial (X2)	Proporsi kepemilikan saham oleh manajer, direksi, dan komisaris yang ikut serta dalam pengambilan keputusan.	Jumlah saham manajerial dibanding total saham beredar	Kepemilikan manajerial = jumlah kepemilikan saham manajerial / jumlah saham beredar	Jullia & Finatariyani (2024)
Profitabilitas (Z / Moderasi)	Kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya.	Return on Assets (ROA)	$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$	Hakim (2020); Sugeng (2020)

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	48	-2,31	-,25	-,9378	,59281
Kepemilikan Manajerial	48	-15,20	-,39	-6,1940	3,89785
Profitabilitas	48	,00	,59	,1832	,17035
Nilai Perusahaan	48	-2,23	1,80	,2871	,91990
Valid N (listwise)	48				

Berdasarkan tabel 3 bahwa nilai dari variabel CSR memiliki minimum sebesar -2,31, sedangkan nilai maksimum sebesar -0,25, nilai mean sebesar -0,9378 dan standar deviasi sebesar 0,59281. Kepemilikan manajerial memiliki minimum sebesar -15,20, sedangkan nilai maksimum sebesar -0,39, nilai mean sebesar -6,1940 dan standar deviasi sebesar 3,89785. Profitabilitas mendapatkan minimum sebesar 0,00, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,59, nilai mean sebesar 0,1832 dan standar deviasi sebesar 0,17035. Nilai perusahaan mendapatkan minimum sebesar -2,23, sedangkan nilai maksimum sebesar 1,80, nilai mean sebesar 0,2871 dan standar deviasi sebesar 0,91990.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 4
Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation
	,0000000 ,83142370
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative
	,122 ,065 -,122
Test Statistic	,122
Asymp. Sig. (2-tailed)	,072 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Berdasarkan tabel 4 yang telah di paparkan didapatkan sebesar 0,072 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka $0,072 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
CSR	,998	1,002	Tidak mengandung gejala
Kepemilikan Manajerial	,996	1,004	Tidak mengandung gejala
Profitabilitas	,998	1,002	Tidak mengandung gejala

Dengan paparan tabel 5 multikolinearitas yakni dengan tolerance > 0,01 atau VIF < 10. Pada tabel diatas menjelaskan nilai VIF dalam pengujian ini < 10 atau tolerance > 0,01, maka disimpulkan semua variabel independen studi ini tidak ada berhubungan satu dan lainnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	,791	,215			3,681	,001
CSR	-,084	,134	-,090		-,626	,535
Kepemilikan Manajerial	,016	,020	,113		,782	,438
Profitabilitas	-,844	,466	-,261		-1,814	,077

Tabel 6 menunjukkan hasil output spss dilihat nilai signifikansi variabel CSR, variabel kepemilikan manajerial dan variabel profitabilitas > 0,05 disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas antara independen model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 7
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	,428 ^a	,183	,127	,85930	,779

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR, Kepemilikan Manajerial

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil uji tabel 7 menjelaskan didapatkan nilai Durbin Watson (d) yaitu 0,779. Sesuai ketentuan yang telah dijelaskan diatas maka nilai DW model regresi dikatakan tidak ada autokorelasi, karena menyatakan bahwa nilai $-2 < 0,779 < +2$ dikatakan bahwa model regresi akurat dan layak digunakan.

Uji Hipotesis

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 8
Anova^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7,283	3	2,428	3,288	,029 ^b
Residual	32,849	44	,738		
Total	39,772	47			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR, Kepemilikan Manajerial

Hasil *output* dipaparkan pada tabel 8 uji simultan F dengan signifikansi sebesar 0,029 < 0,05 dengan F hitung sebesar 3,288 > 2,812 Hal ini bahwa CSR, kepemilikan manajerial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Tabel 9
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-,205	,340			-,605	,549
CSR	,207	,212	,133		,975	,335
Kepemilikan Manajerial	-,069	,032	-,292		-	,038
Profitabilitas	1,419	,737	,263		2,134	,061

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parameter individual tabel 9, maka disimpulkan yaitu:

1. CSR didapatkan signifikansi sebesar 0,335 > 0,05 dengan t-hitung sebesar -0,975 < t-tabel 1,680, artinya hipotesis pertama yaitu CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Kepemilikan manajerial didapatkan signifikansi sebesar 0,038 < 0,05 dengan t-hitung sebesar -2,134 < t-tabel 1,680, artinya hipotesis kedua yaitu kepemilikan manajerial berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Moderated Regression Analysis (Uji MRA)

Tabel 10

Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model	Unstandardized		Standardize		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-,417	,455		-,917	,365
CSR	,304	,363	,196	,838	,407
Kepemilikan Manajerial	-,120	,052	-,510	-2,299	,027
Profitabilitas	1,811	2,308	,335	,784	,437
M_CSR * Profitabilitas	-,966	2,519	-,192	-,383	,703
M_Kepemilikan Manajerial * Profitabilitas	,220	,176	,380	1,251	,218

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil *output* data pada tabel 10 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Output* interaksi antara profitabilitas memoderasi antara CSR terhadap nilai perusahaan signifikansi sebesar $0,703 > 0,05$ dan t-hitung sebesar $-0,383 < t\text{-tabel } 1,680$, artinya hipotesis ketiga yaitu profitabilitas tidak mampu memoderasi antara CSR terhadap nilai perusahaan.
2. *Output* interaksi antara profitabilitas memoderasi antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan signifikansi sebesar $0,218 > 0,05$ dan t-hitung sebesar $1,251 < t\text{-tabel } 1,680$, artinya hipotesis keempat yaitu profitabilitas tidak mampu memoderasi antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penerapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil yang telah dipaparkan H1 ditolak. Hasil ini menunjukkan penerapan CSR belum cukup kuat dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena program CSR dilakukan masih bersifat formalitas semata ataupun belum terintegrasi dari strategi bisnis perusahaan. Banyak entitas melakukan CSR hanya untuk memenuhi regulasi dan menghindari peraturan hukum tanpa melibatkan masyarakat untuk penerapan yang nyata (Astuti *et al.*, 2022).

Berdasarkan teori legitimasi, Penerapan program CSR banyaknya perusahaan sebatas memberikan hanya sukarela agar menghindari sanksi hukum yang telah diatur pada undang-undang. Namun, program CSR terkhusus pada sektor pertambangan tidak secara lengkap dan kurangnya pembaruan secara konsisten pada *annual report* dan *sustainability report*. Penelitian ini bertolak belakang dengan teori legitimasi menyatakan pengungkapan CSR bertujuan untuk membangun kepercayaan publik yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan, namun tidak didukung pelaksanaan yang nyata berdampak langsung kepada masyarakat.

Dengan demikian, turunnya harga saham yang diikuti oleh penurunan laba perusahaan yang mengakibatkan keterbatasan dari sumber finansial, sehingga kurang mampu

mengalokasikan dana secara optimal dalam pelaksanaan program CSR. Ketidakmampuan secara nyata dan berkelanjutan berdampak turunnya kepercayaan investor dan masyarakat yang semakin memperburuk nilai perusahaan. Temuan ini bertolak belakang dengan teori legitimasi justru cenderung hanya memenuhi kewajiban formal dan tidak dapatnya dukungan oleh pemangku kepentingan lain sehingga CSR tidak dikelola secara maksimal. Maka dari itu, CSR belum bisa memberikan pengaruh untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil studi ini sejalan penelitian Astuti *et al.* (2022) dan Ariani *et al.* (2024) berpendapat bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, studi ini tidak sesuai penelitian oleh Gunawan dan Paramitha (2024) dan Khasanah dan Sucipto (2020) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Hasil yang telah dipaparkan H2 diterima. Dengan demikian, disimpulkan artinya kepemilikan manajerial berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini kepemilikan manajerial memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan manajer mengelola dan memberikan kepercayaan kepada investor meningkatkan nilai perusahaan. Kepemimpinan oleh manajemen bisa memberikan pengawasan bagian internal dalam menciptakan manajer dalam bekerja lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan (Jullia & Finatariyani, 2024).

Perusahaan sektor pertambangan memiliki kepemilikan manajerial yang cenderung kuat dan efektif dalam pengambilan keputusan startegis seperti saham ADRO dan BYAN memiliki kepemilikan saham manajerial paling baik. Dengan demikian, kondisi ini menumbuhkan kepercayaan investor terhadap peran manajemen dalam kepemilikan saham yang tercermin dari harga saham. Hal ini didukung dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan mempertimbangkan kepentingan semua pihak dalam meningkatkan kepercayaan investor dalam berkontribusi kenaikan harga saham yang mencapai kinerja terbaik perusahaan.

Selain itu, kepemilikan manajerial dalam mempengaruhi nilai perusahaan didukung dengan teori agensi bahwa pentingnya sebuah perusahaan mendorong manajer untuk bertindak secara efektif dalam kepentingan pemegang saham perusahaan mengurangi konflik antara manajer dan prinsipal (pemilik). Teori agensi menekankan pentingnya pengawasan yang dapat mendorong manajemen untuk bertindak untuk kepentingan pemegang saham. Hal ini dapat membantu para investor untuk berinvestasi meningkatkan harga saham dan meminimalisir konflik agen berdampak pada perusahaan. Maka, kepemilikan manajerial mampu untuk menciptakan naiknya harga saham suatu perusahaan.

Hasil studi ini sejalan studi Ariani *et al.* (2024) dan Sari dan Putu (2021) berpendapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi studi ini tidak sesuai studi Sapitri dan Fajriana (2025) dan Widyastuti *et al.* (2022) bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memoderasi hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil yang telah dipaparkan H3 ditolak. Dengan demikian, disimpulkan artinya profitabilitas tidak mampu memoderasi dan memperlemah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil ini profitabilitas memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, karena belum optimal memanfaatkan laba untuk menerapkan program CSR

menarik investor untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menentang dengan teori legitimasi menyatakan melalui penerapan program CSR mampu meningkatkan citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat (Firdaus & Haryati, 2024).

Ketika perusahaan tidak secara efektif mengelola keuntungan dan laba untuk keberlanjutan jangka panjang, maka program CSR tidak akan dikelola dengan efektif. Profitabilitas yang tinggi memberikan dampak positif karena memungkinkan perusahaan keadaan optimal dan terkendali. Hal ini tidak sejalan dengan teori legitimasi menunjukkan terwujudnya program CSR tidak hanya bergantung labanya sebuah perusahaan, tetapi komitmen menunjukkan tanggung jawab adalah salah satu strategi memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari lingkungan perusahaan.

Temuan ini bertentangan dengan teori agensi, harusnya dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pihak tertentu. Namun, laba tidak arahkan untuk mendukung program CSR secara nyata yang memiliki nilai yang masih rendah. Kondisi pada perusahaan pertambangan menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi, tetapi beberapa perusahaan lebih fokus pada efisiensi biaya operasional dan pembagian dividen yang kurang menjadi prioritas utama. Dengan demikian, profitabilitas belum efektif sebagai menguatkan hubungan CSR dalam memberikan kemampuan perusahaan mempertahankan sebagai komitmen jangka panjang. Maka dari itu, profitabilitas masih belum mampu memoderasi CSR untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil studi ini sejalan dilaksanakan Wisra *et al.* (2023) dan Rahmantari (2021) bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, studi ini tidak sesuai studi Firdaus dan Haryati (2024) bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memoderasi hubungan antara Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Hasil yang telah dipaparkan H4 ditolak. Dengan demikian, disimpulkan artinya profitabilitas tidak mampu memoderasi dan memperlemah hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Hasil ini profitabilitas memperlemah hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, fokus perusahaan pada pendapatan dan laba mendorong kenaikan nilai perusahaan, menarik investor unruk membeli sahamnya (Husna & Henny, 2024).

Kepemilikan manajerial seharusnya menyesuaikan antara kepentingan manajer dan pemilik, sehingga mendorong manajer untuk membantu mengelola kepentingan pemegang saham. Namun, dukungan tersebut bertolak belakang dengan teori *stakeholder* menyatakan bahwa laba dan keuntungan mendorong tepat bagi manajer, akibatnya akan memperburuk nilai perusahaan turunnya harga saham. Kondisi ini akan memperlihatkan kegagalan bagi manajer meningkatkan nilai perusahaan dan akan berdampak potensi konflik kepentingan perusahaan.

Hasil ini bertentangan dengan teori agensi, meminimalkan konflik antar manajer dan pemilik modal dalam mengambil keputusan. Namun, kondisi perusahaan pertambangan belum mampu mengontrol kepemilikan manajerial sehingga tidak memberikan pengawasan luas untuk mendukung efektivitas dalam meningkatkan harga saham. Dengan demikian, kepemilikan manajerial bagi perusahaan sekalipun belum tentu mampu jika profitabilitas yang kuat dalam meminimalisir potensi mendorong peningkatan harga saham. Maka, profitabilitas

masih belum mampu memoderasi antara kepemilikan saham manajemen terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hasil studi ini sejalan studi dilaksanakan Wangsa (2023) berpendapat profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, studi ini tidak sesuai studi Afifah dan Prajawati (2022) dan Husna dan Henny (2024) bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil studi yang telah dilaksanakan, disimpulkan bahwa secara simultan variabel Corporate Social Responsibility (CSR) dan kepemilikan manajerial bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, kepemilikan manajerial terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel CSR tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, maupun antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas eksplorasi terhadap variabel moderasi lainnya, seperti Environmental, Social, and Governance (ESG), biaya lingkungan, serta indikator CSR yang lebih tepat dan sesuai dengan karakteristik perusahaan sektor pertambangan. Studi lanjutan juga dianjurkan untuk menambahkan proksi atau indikator lain guna memperoleh hasil yang lebih bervariasi dengan cakupan data yang lebih luas. Bagi perusahaan, disarankan untuk mengoptimalkan kepemilikan manajerial dan secara aktif mematuhi regulasi serta memperluas implementasi CSR sebagai upaya dalam meningkatkan citra dan tanggung jawab sosial perusahaan di mata publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, T., Titisari, K. H., & Chomsatu, Y. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Dividen, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 658-667. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.640>
- Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 31(2), 10-25. [https://doi.org/10.25299/kiat.2020.vol31\(2\).2783](https://doi.org/10.25299/kiat.2020.vol31(2).2783)
- Ariani, D., Muthmainnah, M., & Ponto, S. (2024). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(2), 125-140. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i2.art2>
- Astuti, P., Chomsatu, Y., & Astungkara, A. (2022). Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, dan Corporate Risk Disclosure terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting and Financial Review*, 5(1), 11-19. <https://doi.org/10.26905/afr.v5i1.7072>

- Dirman, A., Wahyuni, P. D., Umam, D. C., & . H. (2020). Analysis of the Effect of Institutional Ownership, Independent Commisioners, Dividend Policy, Debt Policy, and Company Size on Firm Value. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(4), 228–240. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v9-i4/6840>
- Estaswara, H. (2020). Defining Communication Problems in Stakeholder Relations based on Stakeholder Theory. *Jurnal Aspikom*, 5(1), 87-101. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.540>
- Faisal, Y., & Sari, E. G. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property Dan Real Estate Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Audit Tri Bhakti*, 3(1), 15-29. <https://doi.org/10.59806/jaatb.v3i1.311>
- Fana, A. A. A. A., & Prena, G. Das. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 17–29. <https://doi.org/10.38043/jiab.v6i2.3168>
- Firdaus, M. S., & Haryati, T. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.32938/ie.v6i1.6361>
- Gunawan, V. O., & Paramitha, M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021). *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 8(1), 101–110. <https://doi.org/10.25139/jaap.v8i1.8061>
- Hadyarti, V., & Mahsin, T. M. (2019). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (Gcg) sebagai Indikator dalam menilai Nilai Perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies*, 13(1), 17–33. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i1.6819>
- Hakim, M. Z., Abbas, D. S., & Nasution, A. W. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Financial Distress (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Property & Real Estate Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018). *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 94. <https://doi.org/10.31000/c.v4i1.2383>
- Husna, N. M., & Henny, D. (2024). Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sektor Energy: Moderasi oleh Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 865–874. <https://doi.org/10.25105/y4zycx49>
- Indri Widjayanti, Ikfi Herowati Maghfiroh, & Dien Noviany Rahmatika. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR)

- terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(4), 160–170. <https://doi.org/10.61132/jjesa.v1i4.303>
- Istan, M. (2024). The Impact of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Corporate Value: The Moderating Role of Financial Performance. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(2), 202–220. <https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0213>
- Janah, N., & Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 6(2), 494–512.
- Jennifer, Veny, & Santo, V. A. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Konferensi Ilmian Akuntansi*, 1–2.
- Jullia, M., & Finatariyani, E. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 913–923. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i3.1024>
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 17(1), 14–28. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Kumparan.com. (2024). Tambang Batu Bara di Kalimantan Timur Berpotensi Meningkatkan Deforestasi. Kumparan.com.
- Lestari, E., Yuliawati, & Amrina, D. H. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *MDP Student Conference*, 2(2), 100–107.
- Liputan6.com. (2022). Indo Tambangraya Megah Bagikan Dividen Interim 2022 Rp 4.128 per Saham. Liputan6.
- Liputan6.com. (2023). Indo Tambangraya Megah Tebar Dividen Interim Rp 2.660 per Lembar. Liputan6.
- Nasir, M. (2019). Nilai Perusahaan Dan Faktor-Faktornya: Pendekatan Tobins Q Pada Persuahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Niagawan*, 8(3), 234. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15582>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Nurfauziah, F. L., & Utami, C. K. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR dan Tata Kelola

-
- Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sektor Industri sub sektor Tekstil dan Garmen. *Jurnal Akuntansi*, 15(1), 42–70. <https://doi.org/10.25170/jak.v15i1.1619>
- Paulina, P., Kintan, B., Malona, S., Yosilia, M., Pamela, M., Irfa, M., & Ridho, M. R. (2022). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening: Studi Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 6(3), 122. <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i3.235>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <http://dx.doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Riyadh, H. A., Al-Shmam, M. A., & Firdaus, J. I. (2022). Corporate Social Responsibility and GCG Disclosure on Firm Value with Profitability. *International Journal of Professional Business Review*, 7(3), 1–21. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i3.e655>
- Sapitri, Y., & Fajriana, I. (2025). *Kepemilikan Manajerial , Kepemilikan Institusional , dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan*. 23(1), 74–89. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i1.11261>
- Sari, & Putu, P. W. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 22(1), 1–18. <http://dx.doi.org/10.21776/tema.22.1.1-18>
- Subroto, E. E. (2024). Kumpulan Teori Akuntansi. In *Yayayaan Prima Agus Teknik* (Vol. 11, Issue 1).
- Sugeng, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Go Public Tahun 2016-2018 Di Bursa Efek Indonesia). *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 15(3), 405. <https://doi.org/10.32400/gc.15.3.29211.2020>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.); Edisi Pertama).
- Suharto, G. N., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal EMAS*, 3(9), 1–14. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4250/3294>
- Suryani, F. (2023). the Influence of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on Profitability and Firm Value in Energy Sector Companies Listed on the Idx in 2017-2021. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 135(2). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>

-
- Suwisma, R. R. G. P. (2023). Jurnal Akuntansi Malikussaleh. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 2(2), 252–270.
- Wangsa, A. D. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3174>
- Widyastuti, D. R., Wijayanti, A., & Masitoh W, E. (2022). Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Inovasi*, 18(2), 294–304. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10617>
- Wisra, M., Defri, Rahma, M., & Basnawati, S. R. (2023). Pengaruh Gcg, Csr, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Postgraduate Management Journal*, 3(1), 49–60. <https://doi.org/10.36352/pmj.v3i1.435>
- Worokinasih, S., & Zaini, M. L. Z. B. M. (2020). The mediating role of corporate social responsibility (CSR) disclosure on good corporate governance (GCG) and firm value. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1 Special Issue), 88–96. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.9>