



Pengaruh Profitabilitas yang dimoderasi *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan LQ-45 di Indonesia

Ika Cahyani¹, Alvy Mulyaning Tyas², Alberta Esti Handayani³

¹Universitas Dr. Soetomo, Jawa Timur, Indonesia, ikacahyani0521@gmail.com

²Universitas Dr. Soetomo, Jawa Timur, Indonesia, alvy.mulyaning@unitomo.ac.id

³Universitas Dr. Soetomo, Jawa Timur, Indonesia, alberta.esti@unitomo.ac.id

Corresponding Author: ikacahyani0521@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to analyze the effect of profitability on firm value and to examine the role of Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable in mining sector companies indexed in LQ-45 in Indonesia. Firm value serves as a crucial measure in capturing investors' assessments of a company's performance and future potential, especially in the mining sector, which is closely associated with substantial environmental and social consequences. In this context, CSR disclosure is expected to reinforce the linkage between a company's financial achievements and market valuation. The study relies on secondary data derived from the financial reports of six mining firms that were consistently included in the LQ-45 index over the 2019–2024 period. Multiple Regression Analysis (MRA) is applied to evaluate both the direct impact of profitability on firm value and the interaction effect between profitability and CSR as a moderating variable. Empirical findings reveal that profitability exerts a positive and statistically significant influence on firm value, indicating that stronger profit-generating capacity leads to higher market recognition. Moreover, CSR partially moderates this relationship, implying that enhanced CSR disclosure amplifies the positive effect of profitability on firm value, although it does not act as the primary determinant.*

Keywords: *Profitability, Corporate Social Responsibility, Firm Value, LQ-45*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan serta menguji peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terindeks LQ-45 sektor pertambangan di Indonesia. Nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, khususnya pada industri pertambangan yang memiliki dampak sosial dan lingkungan yang signifikan. Oleh karena itu, pengungkapan CSR diduga mampu memperkuat hubungan antara kinerja keuangan dan apresiasi pasar. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan enam perusahaan sektor pertambangan yang konsisten terindeks LQ-45 selama periode 2019–2024. Metode analisis yang digunakan adalah *Multi Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan serta pengaruh interaksi antara profitabilitas dan CSR sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi

tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula apresiasi pasar yang tercermin dalam nilai perusahaan. Selain itu, CSR terbukti memoderasi secara parsial hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, yang berarti pengungkapan CSR mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap peningkatan nilai perusahaan, meskipun tidak sepenuhnya menjadi faktor penentu utama.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, LQ-45

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, perusahaan memiliki tuntutan yang semakin kompleks seperti *green economy*, pembangunan berkelanjutan, manajemen SDM yang berkelanjutan, dan lainnya. Hal ini membuat nilai perusahaan bukan hanya besarnya profit secara angka namun juga bagaimana perusahaan tersebut menjalankan sistem operasionalnya, maka dari itu perusahaan dituntut untuk memberikan dampak yang berkelanjutan bukan hanya kepada internal perusahaan namun penting juga dilakukan melalui eksternal perusahaan yang berdampak langsung untuk masyarakat umum.

Untuk mempertahankan profitabilitasnya, perusahaan perlu melakukan usaha-usaha yang dapat mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan seiring dengan peningkatan profit perusahaan. Dengan adanya persaingan global yang semakin pesat maka perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan melakukan pembaharuan secara berkelanjutan untuk mengakuisisikan posisinya dalam pasar saham. Hal ini digunakan sebagai dasar penilaian investor untuk menilai perusahaan ini layak untuk mendapatkan investasi atau tidak.

Nilai perusahaan diukur berdasarkan kinerja perusahaannya dalam mengelola profit yang dihasilkan dimana profitabilitas merupakan kebutuhan yang sangat mendasar untuk pengambilan keputusan berinvestasi di pasar modal. Indikator rasio profitabilitas dari sebuah perusahaan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Return Of Asset (ROA). ROA merupakan rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan modal yang ada. (Chakkravarthy et al., 2024) ROA berpengaruh secara positif dan signifikan dalam Nilai Perusahaan karena perusahaan yang memiliki nilai ROA yang tinggi dianggap perusahaan tersebut dapat mengelola profit nya dengan baik dan menekan pengeluaran seefisien mungkin.

Nilai perusahaan menurut Rahmanda, 2019 dalam (Nurhasanah et al., 2023) adalah pandangan investor terhadap perusahaan yang dapat dilihat melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham yang dihasilkan perusahaan tersebut maka semakin besar kepercayaan pasar akan produk yang dikeluarkan perusahaan tersebut dan kinerja perusahaan saat ini dapat diproyeksikan di beberapa tahun kedepan melalui skor yang didapatkan perusahaan melalui lembaga-lembaga penilai perusahaan. Menurut (Maulana, 2023) Di Indonesia sendiri terdapat banyak perusahaan yang sudah menerapkan kegiatan Corporate Social Responsibility sebagai dasar dalam menentukan kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dan sejauh mana mereka akan melakukan kegiatan pembangunan yang stabil dan berkelanjutan.

Terdapat beberapa cara untuk menilai perusahaan, beberapa variabel yang dapat menentukan nilai dari perusahaan salah satu caranya adalah dengan melihat profitabilitas yang ditentukan dari *Return of Assets (ROA)* dimana investor dapat melihat bagaimana perusahaan mengelola operasionalnya untuk memperoleh laba yang tinggi dan disiplin melakukan pengeluaran sesuai dengan perencanaan secara efisien dan efektif. Profitabilitas sendiri menurut (Erdian et al., 2023; Wulandari & Efendi, n.d.-a) adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya dan fokus utamanya dalam melakukan penilaian kinerja perusahaan. Menurut (Maulana, 2023) kinerja keuangan merupakan analisis yang menggambarkan suatu perusahaan dalam melaksanakan aturan-aturan keuangan yang sudah ditentukan dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Rasio keuangan adalah suatu alat untuk

menganalisis dan menjelaskan hubungan elemen yang satu dengan elemen yang lainnya dalam laporan keuangan.

Menurut (Erdian et al., 2023) (Bui et al., 2023; Ella et al., 2020; Farooq et al., 2025.) Profitabilitas dapat menggambarkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, dan ekuitas, serta menjadi tolak ukur efisiensi pengelolaan keuangan perusahaan, sehingga untuk menentukan perusahaan tersebut sudah baik dalam mengelola perusahaan dapat dilihat dari profitabilitasnya yang diukur berdasarkan efisiensi penggunaan aset (ROA), Tingkat pengembalian kepada pemegang saham (ROE), dan kemampuan menghasilkan laba dari penjualan (NPM).

Dalam menentukan nilai perusahaan investor menggunakan beberapa teori salah satunya teori legitimasi dan teori sinyal, teori legitimasi merupakan pihak internal dan pihak eksternal yang diikat oleh hubungan baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Menurut (Rahmantari, 2021) teori ini menitik beratkan pada posisi dimana para stakeholder dipandang lebih memiliki pengaruh, hal ini menjadikan pertimbangan utama bagi suatu perusahaan untuk mengungkapkan informasi dalam laporan keuangan. Oleh karena itu perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan para stakeholder dengan memenuhi semua keinginan serta kebutuhannya.

Selanjutnya Teori Sinyal (*Signal Theory*) diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973, menurut (Kristin, 2022) *Signalling theory* mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan untuk memberi petunjuk pada investor. Teori ini dikemukakan oleh Spence (1973) dengan fungsi untuk menjelaskan suatu informasi yang dapat dimanfaatkan perusahaan guna memberi sinyal positif dan negatif pada pemakainya. Perusahaan akan terdorong untuk mengungkapkan informasi kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai nya melalui laporan tahunan nya.

Selain itu perusahaan dapat meningkatkan nilai nya dari berbagai kegiatan perusahaan, dimulai dari bagaimana perusahaan tersebut mengelola karyawannya dengan memperhatikan penghargaan-penghargaan yang diraih perusahaan tersebut, bagaimana perusahaan tersebut mengelola asetnya sehingga lebih produktif, dan bagaimana pembangunan berkelanjutan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang baik disekitarnya.

Oleh karenanya menurut (Kujur, 2023) perusahaan perlu mengadakan kegiatan yang bermanfaat baik bagi perusahaan maupun lingkungannya, salah satu kegiatan tersebut adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* dimana kegiatan tersebut berdampak bagi masyarakat luas dan terbuka dalam satu laporan yang dapat dibaca dan mudah dipahami.

Menurut (Kujur, 2025) (Alhajjeah et al., 2026) aktivitas perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan atau *firm value* salah satunya dengan melakukan kegiatan yang bertujuan untuk menyeimbangkan keuntungan yang dihasilkan perusahaan agar tidak dinikmati internal perusahaan sendiri namun dapat berguna bagi eksternal perusahaan yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dengan adanya program CSR dapat membantu menyeimbangkan baik dari segi lingkungan hingga kesejahteraan masyarakat secara umum.

Pengertian CSR sendiri menurut (Maulana, 2023) adalah hubungan *social responsibility* antara internal dan eksternal pihak perusahaan, tanggung jawab tersebut didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi dari masyarakat lokal secara keseluruhan dan mengupayakan peningkatan taraf hidup masyarakat sosial, dan tanggung jawab pada pembuatan produknya tidak merugikan masyarakat umum. Menurut *Global Reporting Initiative CSR* mencakup 6 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan kerja, hak asasi manusia, masyarakat sosial dan tanggung jawab produk.

Sehingga pada penelitian (Narzari et al., 2026) ditemukan pengaruh *social responsibility* terhadap kinerja keuangan dari perusahaan di India, pada penelitian tersebut ditemukan CSR memiliki pengaruh yang positif signifikan kepada nilai perusahaan atau *firm value* dimana

performa perusahaan dapat dinilai dari kegiatan yang dilakukan dapat seluas apa dampaknya bagi internal dan eksternal perusahaan. Selain itu di penelitian (L Erdian Sandi Wiranata et al., 2023) dan penelitian (Du & Li, 2024) menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena pemegang saham menyukai jika profitabilitas perusahaan tinggi, hal tersebut menarik bagi para investor untuk melakukan investasi secara optimal.

CSR dapat menjadi bukti bahwa perusahaan tidak hanya memikirkan mengenai keuntungan namun perusahaan juga memikirkan bagaimana dampaknya kepada sekitarnya, hal tersebut tercermin dari kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan berpatokan kepada sustainability dan kesejahteraan dimana semakin lama perusahaan tersebut berdiri maka impact yang dihasilkan diharuskan dapat dirasakan bukan hanya dari internal perusahaan saja, namun dari eksternal perusahaan seperti penduduk sekitar, hingga seluruh daerah yang menjadi tempat produksi dari perusahaan tersebut.

Pada berita yang ditulis oleh (Hardi, n.d.) perusahaan mendapatkan nominasi pada Indonesia Social Responsibility Award (ISRA) yang digelar pada tahun 2025 dengan tema Indonesia Emas 2045. Dalam penghargaan ini tema yang diusung adalah “*Driving Impact, Building a Sustainable Future*” dimana pada penghargaan ini ditujukan kepada perusahaan-perusahaan yang melakukan langkah nyata yang dilakukan dalam membangun kapasitas masyarakat dan lingkungan menuju Indonesia yang lebih baik. Pada berita yang ditulis (Akbar Jihad, n.d.) Penghargaan dikhususkan kepada Perusahaan Pupuk Indonesia, PT PLN Indonesia Power dan menganugerahi brand Chocolate Monggo untuk keberhasilannya dalam mengintegrasikan nilai sosial dan lingkungan dalam merk dan bisnis.

Melihat fenomena yang ditemukan diatas maka penulis melihat adanya gap penelitian pada penelitian (Wulandari & Efendi, n.d.-a) dilakukan penjarangan data 2018-2020 dimana terdapat fenomena Covid-19 yang menyebabkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan namun program CSR memperkuat hubungan profitabilitas dengan Nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan yang dilakukan (Erdian et al., 2023) memiliki kesimpulan profitabilitas berpengaruh secara positif kepada Nilai Perusahaan dan pengungkapan CSR berpengaruh negatif atau tidak berpengaruh kepada Nilai Perusahaan, hal ini dikarenakan investor merasa tidak perlu melihat laporan pengakuan CSR untuk melihat laju perusahaan. Selanjutnya penelitian lain dilakukan oleh (Handayati et al., 2022) (Kristin, 2022; Seth & Mahenthiran, 2022) mengungkapkan investor perusahaan *mining coal* menganggap penting pengungkapan CSR dikarenakan investor perlu memastikan apakah perusahaan sudah melakukan pembangunan berkelanjutan dalam menghasilkan keuntungannya, sehingga CSR berpengaruh positif memoderasi profitabilitas dan nilai perusahaan dan profitabilitas pada masa covid-19 tidak berpengaruh signifikan dikarenakan investor percaya perusahaan tersebut akan tetap menghasilkan keuntungan.

Dari beberapa *gap research* peneliti meneliti perusahaan yang berfokus di jajaran LQ-45 apakah profitabilitas berpengaruh secara positif atau negatif kepada nilai perusahaan pada masa covid-19 dan sesudahnya, sehingga peneliti merasa adanya urgensi untuk meneliti perusahaan yang bergerak dibidang tambang dan tergabung pada index LQ-45 pada periode penelitian tahun 2019-2024 dimana pada tahun tersebut ada pada saat covid-19 dan pasca covid, dan tujuannya adalah untuk mengetahui apakah pada perusahaan LQ-45 dibidang tambang Nilai perusahaan dapat dipengaruhi Profitabilitas dan dapat dimoderasi oleh CSR.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif untuk melihat pengaruh profitabilitas kepada nilai perusahaan secara terukur dan objektif dan menguji hipotesis mengenai hubungan profitabilitas dan menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan variabel tersebut. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang terindeks dalam pasar saham di Bursa Efek Indonesia dan menduduki 45 teratas atau biasa disebut LQ-45, selanjutnya teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan

teknik *purposive samplingn* dengan kriteria perusahaan yang bergerak dibidang tambang, melakukan kegiatan CSR selama 5 tahun dari tahun 2019-2024 dengan dibuktikan dengan laporan kegiatan CSR, dan disimpulkan ada 6 perusahaan yaitu PT Adaro Energy Indonesia Tbk (ADRO), PT Aneka Tambang Tbk (ANTM), PT Bukit Asam Tbk (PTBA), PT Vale Indonesia Tbk (INCO), PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG), dan PT United Tractors Tbk (UNTR).

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian

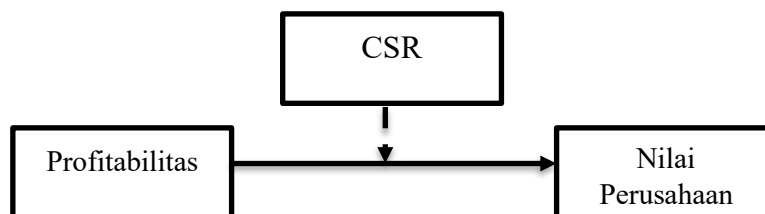
No.	Kriteria	Total
1.	Perusahaan LQ-45 tahun 2019-2024	45
2.	Perusahaan sektor tabang yang tidak menyajikan laporan keuangan dan laporan CSR	(39)
3.	Perusahaan sektor tambang yang berada pada indeks LQ-45 dan menyajikan laporan CSR di Bursa Efek Indonesia.	6
Total Sampel Perusahaan		6
Periode Tahun Penelitian		5
Total Pengamatan		30

Penelitian ini akan menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan yang diambil dari Website masing-masing perusahaan dan akan diuji menguntuk menggunakan teknik analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)* yang terdiri dari Uji koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk menguji persamaan regresi sejauh mana kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen. Uji T untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial kepada variabel dependen yang akan digunakan untuk menguji pengaruh Profitabilitas kepada Nilai Perusahaan dan pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat dihitung dengan Return of Asset (ROA). (Handayati et al., 2022) menyatakan ROA dapat mewakili bentuk rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola keuntungannya dan aktivitas perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan secara maksimal. Penelitian (Shenurti et al., 2022) menghasilkan pengaruh yang signifikan positif dikarenakan semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka semakin baik manajemen perusahaan dalam mengelola keuangannya sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan untuk dikelola dan menghasilkan deviden yang besar. Sehingga berdasarkan penelitian terdahulu memperkuat penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: Hipotesis 1 = Profitabilitas Berpengaruh Signifikan Positif terhadap Nilai Perusahaan.

CSR Memoderasi Hubungan Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh pada nilai perusahaan dengan meningkatnya profitabilitas dapat mendukung perusahaan untuk menerapkan kegiatan yang

bermanfaat dengan pendanaan yang layak untuk diberikan kepada masyarakat sekitar. Hubungan ini sejalan dengan penelitian (Shenurti et al., 2022) yang menjelaskan pengaruh moderasi yang parsial signifikan dan positif dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu pada penelitian (Hakimi et al., 2025); (Maulana, 2023) dan penelitian (Sari et al., n.d.) menjelaskan pengaruh profitabilitas yang dimoderasi CSR yang signifikan positif akan meningkatkan secara maksimal nilai perusahaan, selain itu perusahaan yang memiliki citra yang baik akan sejalan dengan signaling theory dimana sebagai sinyal atau penanda perusahaan mana yang layak didukung oleh investor dan meningkatkan *trust* investor kepada perusahaan yang dimodali. Hal ini memperkuat hipotesis sehingga dirumuskan sebagai berikut: Hipotesis 2 = CSR memoderasi secara penuh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan data penelitian yang digunakan yaitu 6 perusahaan tambang, maka didapatkan hasil uji signifikansi regresi linear berganda berikut ini

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	44.691	17.216		2.596	0.014		
	Profitabilitas	-1.083	0.319	-0.507	-3.397	0.002	0.942	1.062
	Corporate Social Responsibility	-16.904	18.941	-0.133	-0.892	0.379	0.942	1.062
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan								

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 2, maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda sebagai berikut ini:

$$Y = 44,691 - 1,083 X_1 - 16,904 X_2 + e$$

Dimana: X_1 (Profitabilitas), X_2 (*Corporate Social Responsibility*), e (Error)

Uji T

Hasil uji t pada Tabel 1 merupakan hasil uji signifikansi secara parsial pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan yang menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (X_1) memiliki nilai signifikansi $p\text{-value } 0.001 < \alpha$ (0.05) yang menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien profitabilitas sebesar -1.083 yang artinya pengaruh profitabilitas bernilai negatif selama Tahun 2019-2024. Hasil uji pengaruh CSR (X_2) memiliki nilai signifikansi $p\text{-value } 0.142 > \alpha$ (0.05) yang menunjukkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Nilai R-Square didapatkan sebesar 0.308 yang artinya kemampuan pengaruh profitabilitas dan CSR dalam menjelaskan nilai perusahaan hanya sebesar 30,8%, adapun sisanya yaitu 69,2% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Berikut adalah hasil uji CSR sebagai moderasi:

Tabel 3. Hasil Uji CSR Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	85.705	25.384		3.376	0.002
	Profitabilitas	-8.401	3.474	-3.934	-2.418	0.021

Corporate Social Responsibility	-58.051	26.519	-0.457	-2.189	0.036
Profitabilitas*CSR	7.422	3.510	3.531	2.115	0.042
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN					

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada Tabel 3 menunjukkan bahwa pengaruh interaksi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan memiliki nilai signifikansi $p\text{-value } 0.042 < \alpha (0.05)$ yang menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara signifikan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Maka variabel CSR memperkuat hubungan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Koefisien moderasi sebesar 7.422 yang artinya pengaruh moderasi bernilai positif.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi, didapatkan koefisien bernilai negatif sebesar -1.083 menunjukkan adanya hubungan berlawanan arah antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Hal ini dapat diperkuat dengan fakta di lapangan bahwa menurut data selama masa pandemi COVID-19, sebagian besar perusahaan mengalami penurunan laba bersih yang cukup signifikan akibat pembatasan operasional. Namun, di sisi lain, nilai perusahaan (yang tercermin dari *Price to Earning Ratio* (PER) memiliki harga saham yang tidak ikut jatuh sedalam penurunan labanya. Hal ini mengakibatkan, rasio *Price to Earning Ratio* (PER) melonjak tinggi, sehingga menyebabkan pengaruh profitabilitas bernilai negatif.

Temuan yang menunjukkan pengaruh negatif dari profitabilitas mencerminkan kondisi riil emiten tambang unggulan yaitu UNTR, ANTM, ITMG, INCO, PTBA dan ADRO selama periode pandemi COVID-19. Pada masa tersebut, terjadi penurunan laba bersih akibat gangguan rantai pasok dan penurunan permintaan energi global. Namun, harga saham perusahaan-perusahaan ini cenderung stabil atau bahkan mengalami kenaikan (*high PER*) karena investor melakukan spekulasi terhadap lonjakan harga komoditas (*commodity boom*) di masa depan. Hasil tersebut juga menggambarkan bahwa para investor di pasar modal seringkali bersifat *forward-looking* (melihat ke depan). Menurut (Nurhasanah et al., 2023; Sitompul et al., 2025) profitabilitas turun akibat faktor eksternal seperti COVID-19, investor tetap mempertahankan saham mereka karena percaya bahwa penurunan tersebut bersifat temporer. Menurut (Handayati et al., 2022) nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh laba saat ini, tetapi oleh ekspektasi arus kas di masa depan. Stabilitas harga saham di tengah penurunan laba mencerminkan kepercayaan investor pada strategi pemulihan perusahaan.

Kondisi laba yang menurun tetapi harga saham stabil juga menyebabkan nilai perusahaan terlihat lebih "mahal" secara statistik. Hal ini didukung oleh penelitian (Chakkravarthy et al., 2024; Neni Meidawati & Puspita, 2023; Sari et al., n.d.) yang mengkaji dampak COVID-19 di Bursa Efek Indonesia. Pada penelitiannya menemukan bahwa pada sektor tertentu, harga saham tetap terjaga karena adanya sentimen positif terkait kebijakan stimulus pemerintah dan harapan akan *rebound* ekonomi, meskipun laporan keuangan menunjukkan kerugian. Sesuai dengan Teori Sinyal (*Signaling Theory*), dalam kondisi krisis, penurunan laba tidak selalu dianggap sebagai sinyal buruk jika disebabkan oleh faktor sistemik (global). Investor juga melihat beberapa aspek seperti likuiditas dan ketahanan struktur modal dibandingkan profitabilitas jangka pendek. Perusahaan yang mampu menjaga harga sahamnya tetap stabil di tengah penurunan laba memberikan sinyal daya tahan yang kuat terhadap pasar modal.

CSR Sebagai Variabel Moderasi dari Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA), diperoleh nilai koefisien regresi interaksi Profitabilitas *CSR menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 7.422 dengan tingkat signifikansi 0.042. Hasil ini membuktikan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) secara signifikan memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Maka CSR berperan dalam memperlemah pengaruh negatif profitabilitas atau CSR membantu membalikkan hubungan ke arah yang positif.

Peran CSR sebagai variabel moderasi menjadi faktor kunci dalam menjaga nilai perusahaan tambang di masa krisis. Sektor pertambangan merupakan industri dengan risiko lingkungan yang tinggi, sehingga pengungkapan CSR menjadi instrumen penting untuk memperoleh izin sosial untuk beroperasi (*social license to operate*). Sesuai dengan Teori Legitimasi (Rahma & Munfaqiroh, 2021) perusahaan yang tetap konsisten melakukan tanggung jawab sosial di tengah penurunan laba memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan memiliki manajemen risiko yang baik dan berkomitmen pada keberlanjutan (*sustainability*). Interaksi positif pada hasil uji moderasi menunjukkan bahwa CSR berfungsi sebagai penyangga (*buffer*). Investor cenderung memberikan apresiasi lebih pada perusahaan tambang yang menjaga standar ESG (*Environmental, Social, and Governance*), sehingga mampu memitigasi sentimen negatif akibat penurunan profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Erdian et al., 2023; Wulandari & Efendi, n.d.-b; Zhan et al., 2026) yang menyatakan bahwa CSR menciptakan modal moral yang melindungi nilai pemegang saham saat terjadi peristiwa buruk. Pada emiten LQ45, komitmen CSR yang tinggi membuktikan kepada pasar bahwa perusahaan memiliki fundamental non-keuangan yang tangguh, yang pada akhirnya menjaga kepercayaan investor untuk tetap menanamkan modalnya meski kinerja keuangan jangka pendek sedang berfluktuasi.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dan pengujian hipotesis dengan SPSS penelitian ini menghasilkan nilai -1.083 dengan kesimpulan bahwa Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return Of Asset (ROA)* menghasilkan pengaruh yang negatif dan signifikan dan selaras dengan penelitian yang dilakukan (Nurhasanah & Kahfi, 2023), (Sandy, 2024), dan (L Erdian Sandi Wiranata et al., 2023) bahwa profitabilitas yang rendah pada masa covid-19 dengan penurunan laba yang drastis dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap keputusan melakukan investasi, namun dengan pandangan yang positif dan covid-19 yang tidak akan berlangsung selamanya investor dapat dengan sabar menunggu kenaikan laba perusahaan yang terdampak langsung akan covid -19.
2. Pada hipotesis selanjutnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel moderasi mendapatkan nilai signifikansi $0.042 < \alpha (0.05)$ dimana hasil ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa variabel CSR sebagai variabel moderasi memperkuat profitabilitas terhadap nilai perusahaan meskipun terjadi pandemi covid-19, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Maulana, 2023), (Chakkravarthy et al., 2024), dan (Alhajjeah et al., 2026) dimana CSR dapat menjadi pandangan baru untuk melakukan promosi perusahaan dan tujuan yang berkelanjutan. Kegiatan ini dipandang dapat bahu membahu membantu perputaran ekonomi dan sangat bermanfaat bukan hanya untuk masyarakat umum namun juga untuk perusahaan. Bentuk CSR yang dilakukan perusahaan berbagai macam bentuknya yaitu fokus kepada pendidikan, perekonomian, kesejahteraan, dan lingkungan. Dimana dalam penelitian (Kujur, 2025) di India sendiri CSR sudah terbukti efektif dilakukan perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan menjadikan tambahan *exposure* kepada stake holder sebagai bukti baiknya pengelolaan keuangan yang dijalankan perusahaan.
3. Secara keseluruhan untuk para praktisi perusahaan jika ingin meningkatkan nilai perusahaan diharuskan mengikuti perkembangan bisnis dan melakukan inovasi bukan

hanya berfokus untuk meningkatkan laba saja, namun juga bertujuan untuk memperbaiki kestabilan baik internal maupun eksternal perusahaan, dan turut berkontribusi pada perputaran roda perekonomian sekitar perusahaan tersebut dan memberlakukan *green economy* agar stakeholder mempercayai perusahaan-perusahaan sudah menerapkan sesuai aturan dan standar yang berlaku.

REFERENSI

- Bui, T. N., Nguyen, X. H., & Pham, K. T. (2023). The Effect of Capital Structure on Firm Value: A Study of Companies Listed on the Vietnamese Stock Market. *International Journal of Financial Studies*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/ijfs11030100>
- Chakkravarthy, B., Irudayasamy, F. G., Elangovan, R., Rengaraju, N., & Parayitam, S. (2024). Relationship between return on assets and firm value: institutional holdings and firm size as moderators. *Quality and Quantity*, 58(2), 1217–1233. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01696-7>
- Du, M., & Li, Y. (2024). Tax avoidance, CSR performance and financial impacts: evidence from BRICS economies. *International Journal of Emerging Markets*, 19(10), 3303–3328. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2022-0747>
- Ella, S., Alfika, D., & Azizah, N. (2020). PENGARUH RETURN ON ASSETS, NET PROFIT MARGIN, DEPT TO EQUITY RATIO, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2015-2018 (Vol. 02, Number 01). <https://journal.uwks.ac.id/index.php/liability>
- Erdian, L., Wiranata, S., Sasanti, E. E., & Hudaya, R. (2023). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN TAHUN 2017-2021 (Vol. 3, Number 2).
- Farooq, M., Khan, I., Kainat, M., & Mumtaz, A. (2025). Corporate social responsibility and firm value: the role of enterprise risk management and corporate governance. *Corporate Governance (Bingley)*, 25(3), 631–663. <https://doi.org/10.1108/CG-08-2023-0341>
- Hakimi, A., Boussaada, R., & Karmani, M. (2025). Corporate social responsibility and firm performance: a threshold analysis of European firms. *European Journal of Management and Business Economics*, 34(3), 282–299. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2022-0224>
- 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*, 9(4), 703–714. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i4.940>
- Kristin, C. (2022). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PROFITABILITY (ROA) AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM VALUE IN BANKING COMPANIES LISTED ON THE IDX FOR THE 2016-2020 PERIOD (Vol. 453, Number 4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Kujur, O. (2023). How Corporate Social Responsibility and Sustainable Development Practices Affect the Economic Performance of Indian Businesses: A Critical Analysis. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3693228/v1>
- Maulana, T. A. (2023). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada PT Adaro Energy Tbk). *ECOMA: Journal of Economics and Management*, 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.55681/ecoma.v1i1.4>

- Narzari, D., Laskar, S. Z., & Kar, S. (2026). Corporate social responsibility and financial performance: evidence from top CSR-spending companies in India. *Strategy and Leadership*, 1–17. <https://doi.org/10.1108/SL-09-2025-0322>
- Neni Meidawati, & Puspita, O. D. (2023). Determinants of firm value with CSR as moderating variables. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 5(2), 67–81. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v5i2.408>
- Nurhasanah, A., Kahfi, Z., Kesehatan, I., Siti, D. B., & Mamuju, F. (2023). Bata Ilyas Educational Management Review Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 3(2), 1–13.
- Rahma, A. N., & Munfaqiroh, S. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI. In *Jurnal Manajemen Dirgantara* (Vol. 14, Number 2).
- Sari, P. M., Gede, D., & Suputra, D. (n.d.). Disclosure of Corporate Social Responsibility in Moderating the Effect of Financial Performance on Firm Value. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Number 5). Retrieved www.ajhssr.com
- Seth, R., & Mahenthiran, S. (2022). Impact of dividend payouts and corporate social responsibility on firm value – Evidence from India. *Journal of Business Research*, 146, 571–581. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.053>
- Shenurti, E., Erawati, D., & Nur Kholifah, S. (2022). Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 01–10. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.539>
- Sitompul, A. S., Samosir, H. E. S., Hotma, M., & Munte, M. (2025). Pengaruh Struktur Modal dan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(3), 268–277. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i3.1913>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (n.d.-a). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI.
- Zhan, X., He, J., & Ma, X. (2026). The role of corporate social responsibility in affecting operational efficiency: evidence from China. *Operations Management Research*, 19(1), 1–25. <https://doi.org/10.1007/s12063-025-00580-x>