# PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2020-2024

Fahmi[1]; Sasmita Nabila Syahrir[2]; Surianto Ilham[3]; Iien Rohmatin Nisa[4]

Universitas Sembilanbelas November Kolaka
Jln. Pemuda No. 339, Tahoa, Kec. Kolaka, Kabupaten Kolaka Tlp:(0405)23321
E-mail : fahmiak022@gmail.com (Koresponding)

**Abstract**: This study examines the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. The mining sector was chosen due to its significant environmental and social impacts, which increase demands for transparent CSR implementation. This research uses a quantitative correlational approach with secondary data from annual and sustainability reports. Purposive sampling produced 8 companies with 40 firm-year observations. CSR was measured using a disclosure index based on Global Reporting Initiative (GRI) guidelines, while firm value was proxied by Price to Book Value (PBV). Descriptive results show that CSR disclosure is generally high and relatively uniform among companies, whereas firm value varies more widely. Regression analysis indicates that CSR does not significantly affect firm value ($p > 0.05$). This suggests that limited variation in CSR disclosure and investors' stronger focus on financial performance reduce CSR's influence on market valuation.

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Firm Value, Price to Book Value, Mining Companies, Indonesia Stock Exchange*

Dalam beberapa tahun terakhir, isu tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) semakin mendapat perhatian luas. Perusahaan pada masa kini tidak lagi dinilai semata-mata dari besarnya laba yang diperoleh, tetapi juga dari kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan. Prinsip keberlanjutan telah menjadi bagian penting dalam strategi bisnis karena perusahaan dituntut menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pelaksanaan CSR dinilai mampu memperkuat reputasi, meningkatkan legitimasi, serta menjadi tolok ukur keberhasilan jangka panjang perusahaan (Makaryanawati & Masruroh, 2020).

Di Indonesia, tuntutan terhadap praktik bisnis yang bertanggung jawab juga terus meningkat. Industri pertambangan menjadi salah satu sektor yang paling disorot karena aktivitasnya berdampak besar terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Berdasarkan data Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM, 2023), sektor ini menyumbang sekitar 10% terhadap Produk Domestik Bruto nasional. Namun, kegiatan eksploitasi sumber daya alam kerap memicu permasalahan seperti kerusakan hutan, pencemaran air, hingga konflik sosial. Oleh sebab itu, penerapan CSR pada sektor pertambangan menjadi sangat penting, baik sebagai bentuk tanggung jawab moral maupun sebagai strategi menjaga kepercayaan publik (Firmansyah et al., 2020).

Secara regulatif, kewajiban CSR di Indonesia diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Aturan ini menegaskan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian, CSR bukan lagi sekadar kegiatan sukarela, melainkan kewajiban hukum yang memiliki nilai strategis. Implementasi yang baik tidak hanya menunjukkan kepatuhan terhadap peraturan, tetapi juga berpotensi meningkatkan citra dan kepercayaan

publik terhadap perusahaan (Irene & Melvie, 2022).

Nilai perusahaan sendiri mencerminkan keberhasilan manajemen dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Nilai tersebut umumnya tercermin pada harga saham yang merepresentasikan penilaian investor terhadap prospek dan stabilitas perusahaan di masa mendatang (Effendi et al., 2023). Dalam perspektif signaling theory, pelaksanaan CSR dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan kesehatan keuangan.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, namun menghasilkan temuan yang berbeda. Beberapa studi menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, terlebih jika didukung oleh praktik Good Corporate Governance (Riyanta & Setiadi, 2020; Firmansyah et al., 2020). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan, sementara faktor seperti profitabilitas justru lebih dominan (Hermawaty & Sudana, 2023; Jumryati & Heksawan Rahmadi, 2020). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan data sebelum tahun 2020. Padahal, periode setelah 2020 menjadi fase penting akibat pandemi COVID-19 yang memengaruhi kebijakan dan prioritas CSR perusahaan. Banyak entitas bisnis, termasuk di sektor pertambangan, mengalihkan program CSR untuk mendukung sektor kesehatan dan pemulihan ekonomi masyarakat. Perubahan fokus ini berpotensi memengaruhi persepsi investor terhadap efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, kajian pada periode 2020–2024 menjadi relevan untuk melihat dinamika tersebut (Saputra et al., 2023).

Secara teoretis, keterkaitan antara CSR dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui teori legitimasi dan teori pemangku kepentingan. Teori legitimasi menekankan pentingnya penerimaan sosial agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan operasionalnya. Sementara itu, teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan sangat bergantung pada hubungan yang harmonis dengan pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam konteks ini, CSR berfungsi sebagai sarana menjaga hubungan tersebut, meminimalkan risiko sosial, dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Meski demikian, implementasi CSR di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala. Tidak sedikit perusahaan yang menjalankannya sebatas memenuhi kewajiban administratif tanpa integrasi dengan strategi bisnis secara menyeluruh. Akibatnya, dampak CSR terhadap peningkatan nilai perusahaan belum maksimal. Pada sektor pertambangan, di mana risiko sosial dan lingkungan relatif tinggi, pengelolaan CSR yang efektif sangat diperlukan untuk menjaga legitimasi sosial sekaligus memperkuat nilai pasar Perusahaan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif (korelasional). Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara dua variabel yang dapat diukur secara numerik, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.

Jenis penelitian ini bersifat asosiatif (korelasional), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel. Dalam konteks ini, penelitian berfokus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

## HASIL

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian. Analisis ini mencakup jumlah data (N), nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap variabel yang diteliti, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) dan nilai perusahaan yang diproksikan melalui Price to Book Value (PBV). Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan gambaran statistik deskriptif sebagai berikut.

**Tabel 1 Statistik Deskriptif**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| CSR | 40 | .87 | 1.00 | .9897 | .02878 |
| Nilai Perusahaan | 40 | .00 | 3.20 | 1.1075 | .72373 |
| *Valid N (listwise)* | 40 | | | | |

Sumber: SPSS 27 (Diolah)

Berdasarkan **Tabel 1** hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh gambaran data masing-masing variabel penelitian sebagai berikut.

a. Pada variabel CSR (X), nilai minimum sebesar 0,87 dan maksimum 1,00. Nilai rata-rata (mean) sebesar 0,9897 menunjukkan bahwa perusahaan pertambangan dalam sampel pada umumnya telah mengungkapkan hampir seluruh indikator CSR yang digunakan dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada sektor pertambangan tergolong sangat tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 0,02878 menandakan bahwa variasi data CSR relatif kecil, sehingga tingkat pengungkapan CSR antar perusahaan cenderung seragam.
b. Pada variabel Nilai Perusahaan diperoleh nilai minimum sebesar 0,00 dan maksimum 3,20. Nilai rata-rata sebesar 1,1075 menunjukkan bahwa secara umum nilai perusahaan pada sektor pertambangan berada pada kategori cukup baik selama periode penelitian. Rata-rata yang berada di atas 1 mengindikasikan bahwa pasar memberikan penilaian yang relatif positif terhadap perusahaan dalam sampel. Standar deviasi sebesar 0,72373 menunjukkan bahwa variasi nilai perusahaan lebih besar dibandingkan variasi CSR, sehingga terdapat perbedaan nilai perusahaan yang cukup jelas antar perusahaan.
c. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa pengungkapan CSR relatif tinggi dan cenderung homogen, sedangkan nilai perusahaan memiliki variasi yang lebih besar. Data tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk analisis regresi guna mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat dasar regresi linear. Pengujian dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov (K–S).

**Tabel 2** Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Unstandardized Residual |
| N | | | 40 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | .72348866 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .122 |
| | Positive | | .095 |
| | Negative | | -.122 |
| Test Statistic | | | .122 |
| Asymp. Sig. (2-tailed)[c] | | | .135 |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d] | Sig. | | .139 |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .130 |
| | | Upper Bound | .148 |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| b. Calculated from data. | | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | | |

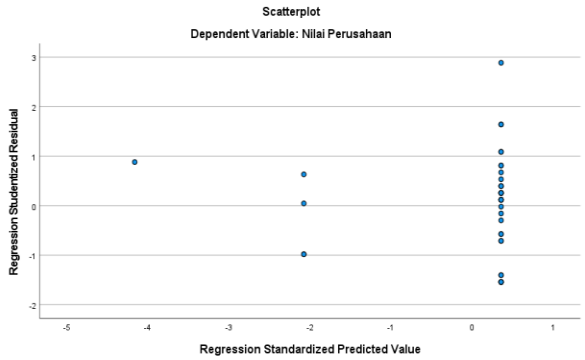
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : SPSS 27 (Diolah)

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,135 (>0,05), sehingga data residual dalam model regresi berdistribusi normal.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual pada setiap nilai prediksi dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya memiliki varians residual yang konstan (tidak terjadi heteroskedastisitas). Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode scatterplot dengan melihat penyebaran titik antara nilai Regression Standardized Predicted Value (ZPRED) dan Regression Studentized Residual (SRESID). Hasil pengujian ditunjukkan pada gambar berikut.




**Gambar 1** Scatterplot Sumber : SPSS 27 (Diolah)

Berdasarkan **Gambar 1**, titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Meskipun terdapat beberapa titik yang tampak mengelompok, kondisi tersebut terjadi karena nilai CSR relatif homogen antar perusahaan sehingga nilai prediksi regresi menjadi berdekatan. Namun, karena tidak membentuk pola khusus, model regresi tetap dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas.

**Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara residual pada satu periode dengan periode lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami autokorelasi karena dapat memengaruhi ketepatan hasil estimasi. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan menggunakan metode Durbin–Watson dengan bantuan program SPSS. Hasil pengujian dapat dilihat pada **Tabel 3**:

**Tabel 3** Uji Autokorelasi

**Model Summary[b]**

| R Square |
|---|
| .001 |

a. Predictors: (Constant), CSR
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : SPSS 27 (Diolah)

Berdasarkan **Tabel 3**, nilai Durbin–Watson sebesar 1,003 yang berada pada rentang 0,5–2,5, sehingga menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi dan telah memenuhi asumsi klasik.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS dan hasilnya ditampilkan pada **Tabel 4**.

**Tabel 4** Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

**Coefficients[a]**

| Unstandardized Coefficients | |
|---|---|
| | Std. Error |
| .462 | 4.038 |
| .653 | 4.078 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : SPSS 27 (Diolah)

Berdasarkan **Tabel 4**, diperoleh konstanta (a) sebesar 0,462 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,653, sehingga persamaan regresi sederhana adalah:

Y = 0,462 + 0,653X

Keterangan:
Y = Nilai Perusahaan
X = Corporate Social Responsibility (CSR)
a = Konstanta
b = Koefisien regresi

Interpretasinya, konstanta 0,462 menunjukkan nilai perusahaan saat CSR bernilai nol. Koefisien 0,653 menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,653, menunjukkan hubungan positif antara CSR dan nilai perusahaan.

**Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Uji ini digunakan untuk melihat seberapa besar CSR mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan. Hasilnya disajikan pada **Tabel 5**

**Tabel 5** Uji R Square

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .026[a] | .001 | -.026 | .73295 | 1.003 |

a. Predictors: (Constant), CSR
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : SPSS 27 (Diolah)

**Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR (X) terhadap Nilai Perusahaan (Y) secara parsial. Analisis dilakukan menggunakan uji t dan koefisien determinasi ($R^2$).

**Uji t (Parsial)**

Uji t digunakan untuk menilai apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara individual. Hasil pengujian ditampilkan pada **Tabel 6**.

**Tabel 6** Uji t

**Coefficients[a]**

| Standardized Coefficients |
|---|
| Beta |
| .026 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : SPSS 27 (Diolah)

Berdasarkan **Tabel 6**, nilai signifikansi CSR sebesar 0,874, lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, secara parsial CSR tidak memengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana dan uji t (uji parsial) yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi variabel Corporate Social Responsibility (CSR) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat pengungkapan CSR tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Tidak signifikannya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini dapat disebabkan oleh rendahnya variasi data CSR antar perusahaan sampel. Tingkat pengungkapan CSR yang relatif homogen menyebabkan variabel CSR secara statistik kurang memiliki kemampuan diskriminatif dalam menjelaskan perbedaan nilai perusahaan. Dengan kata lain, karena sebagian besar perusahaan memiliki tingkat pengungkapan CSR yang tidak jauh berbeda, maka CSR tidak menjadi faktor pembeda yang kuat dalam memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi ($R^2$), diperoleh nilai koefisien determinasi yang relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel CSR dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan masih terbatas. Dengan demikian, variasi nilai perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain di luar CSR, seperti kinerja keuangan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur

modal, serta kondisi pasar dan persepsi investor. Investor pada umumnya lebih mempertimbangkan faktor-faktor yang secara langsung berkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi dibandingkan dengan informasi non-keuangan seperti pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh umryati dan Heksawan Rahmadi (2020) dan Retno Oktavia Lestari (2021) yang menemukan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,796 yang lebih besar dari 0,05. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kinerja keuangan perusahaan, sedangkan pengungkapan CSR tidak mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR belum sepenuhnya menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tidak signifikannya pengaruh tersebut dapat disebabkan oleh rendahnya variasi tingkat pengungkapan CSR antar perusahaan serta adanya faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi nilai perusahaan dibandingkan dengan CSR.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024 tergolong tinggi dan relatif homogen antar perusahaan.

Namun demikian, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,874 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada periode penelitian 2020–2024, tingkat pengungkapan CSR belum mampu meningkatkan nilai perusahaan pertambangan sebagaimana tercermin dalam rasio PBV.

## DAFTAR RUJUKAN

Effendi, H., Rachmawati, F., & Susanto, B. (2023). Corporate governance and firm value in the Indonesian mining sector. Journal of Indonesian Business and Accounting Research, 10(2), 45–59.

Firmansyah, R., Surasni, A., & Pancawati, R. S. (2020). Corporate social responsibility dan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 22(1), 15–28.

Hadi, N. (2019). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hermawaty, A., & Sudana, I. P. (2023). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 14(1), 85–99.

Irene, C., & Melvie, M. (2022). Corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 19(2), 112–130.

Jumryati, & Rachmadi, H. (2020). Pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2020. Jurnal Ilmu Akuntansi, 13(2), 77–90.

Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate social responsibility: Implikasi stakeholder dan

legitimacy theory. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 6(1), 157–174.

Makaryanawati, & Masruroh, N. (2020). Pengungkapan corporate social responsibility dan dampaknya terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 8(3), 211–224.

Maulana, R., et al. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan (Studi pada PT Adaro Energy Tbk). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 24(2), 134–148.

Riyanta, R., & Setiadi, B. (2020). Corporate social responsibility dan nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi. Jurnal Akuntansi Kontemporer, 12(1), 33–47.

Saputra, A., Sundiman, D., & Mujtahid. (2023). Corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap profitabilitas perusahaan pertambangan. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 18(1), 55–70