

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi era globalisasi dan ketatnya persaingan dunia usaha saat ini, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kinerjanya guna mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan. Tujuan utama dari suatu perusahaan secara umum adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, meningkatkan profitabilitas, serta menciptakan kesejahteraan bagi para pemilik dan pemegang sahamnya. Oleh sebab itu, nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya serta menjalankan strategi bisnisnya demi mempertahankan keberlanjutan usaha.

Nilai perusahaan juga berfungsi sebagai acuan utama bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Melalui nilai perusahaan, investor dapat mengevaluasi kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang (Laveda & Khoirudin, 2020). Sejalan dengan hal tersebut, Pratiwi & Muthohar (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan publik terhadap saham perusahaan tersebut. Peningkatan kepercayaan ini secara langsung berdampak pada peningkatan kesejahteraan para pemegang saham.

Menurut Atmaja (2020), nilai perusahaan tercermin dari harga pasar sahamnya. Harga saham yang tinggi mencerminkan besarnya kekayaan pemilik atau pemegang saham. Oleh karena itu, investor cenderung memilih perusahaan dengan nilai pasar yang tinggi karena hal tersebut menjanjikan kemakmuran yang

lebih besar, terutama apabila terjadi apresiasi terhadap harga saham di pasar. Dengan kata lain, nilai perusahaan sangat erat kaitannya dengan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering diasosiasikan dengan harga saham.

Pertumbuhan nilai perusahaan menjadi sangat penting karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan pemiliknya pun turut bertambah. Nilai perusahaan biasanya digambarkan oleh harga saham yang stabil dan cenderung meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini mendorong pihak manajemen untuk berpikir kreatif dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan. Manajer dituntut memiliki kemampuan dalam melihat peluang untuk memaksimalkan kinerja perusahaan.

Perusahaan yang mampu mencapai kinerja maksimal biasanya akan mengalami peningkatan harga saham di pasar. Kondisi ini menjadi sinyal positif bagi para investor agar mau menyetor modal pada perusahaan dalam bentuk investasi. Oleh karena itu, idealnya perusahaan mampu mengidentifikasi dan mengendalikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan secara efektif (Yulianto & Widyasasi, 2020).

Pada tahun 2024, sektor pertambangan di Indonesia mengalami dinamika signifikan yang memengaruhi nilai perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Meskipun sektor energi tercatat sebagai sektor dengan performa terbaik sepanjang tahun 2024 dengan kenaikan sebesar 28,01%, beberapa emiten tambang mengalami penurunan harga saham yang signifikan. Contohnya, PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) mencatatkan penurunan laba bersih sebesar 57,95% pada paruh pertama tahun 2024, yang dipicu oleh turunnya harga jual rata-rata batu bara serta meningkatnya strip ratio. Selain itu, harga batu bara

global mengalami penurunan sekitar 33% sejak pertengahan Oktober 2024, dari level USD 153 per ton menjadi USD 103 per ton, yang turut memengaruhi kinerja emiten batu bara di BEI.

Di sisi lain, beberapa emiten tambang menunjukkan kinerja positif. PT Bukit Asam Tbk (PTBA) misalnya, mencatatkan pendapatan hingga Rp 9,4 triliun dengan laba bersih sebesar Rp 709,9 miliar pada kuartal pertama tahun 2024, meskipun harga sahamnya sempat mengalami penurunan. Selain itu, PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) memberikan imbal hasil dividen sebesar 10,54%, yang menunjukkan daya tarik tersendiri bagi investor meskipun Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sepanjang 2024 terkoreksi sebesar 6,2%.

Fenomena ini mencerminkan bahwa nilai perusahaan di sektor pertambangan tidak hanya dipengaruhi oleh fluktuasi harga komoditas, tetapi juga oleh faktor-faktor internal perusahaan seperti kinerja keuangan, strategi bisnis, dan kebijakan dividen yang diterapkan. Oleh karena itu, analisis mendalam terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penting untuk memahami dinamika nilai perusahaan di sektor pertambangan yang terdaftar di BEI.

Lebih jauh lagi, penelitian oleh Syahrizal et al. (2022) menjelaskan bahwa saham memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk mendapatkan pendanaan tambahan melalui penerbitan saham baru atau penawaran umum perdana. Dengan menerbitkan saham untuk dijual kepada masyarakat umum, perusahaan dapat memperoleh dana yang dibutuhkan untuk berinvestasi dan mengembangkan usahanya. Perubahan harga saham juga menjadi gambaran kinerja dan prestasi perusahaan, sekaligus indikator tingkat kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Salah satu variabel penting yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu dan merupakan hasil akhir dari berbagai keputusan serta kebijakan manajemen. Perusahaan yang sehat secara finansial seharusnya mampu membukukan laba positif, yang menjadi tanda kemampuan perusahaan untuk menjalankan operasional dan meningkatkan kinerja keuangan. Dengan kinerja keuangan yang meningkat, perusahaan akan lebih mudah memperoleh pendanaan eksternal, baik melalui pinjaman maupun pembiayaan lainnya.

Hasil penelitian oleh Widyani (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula nilai perusahaan yang tercipta, sehingga investor semakin tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Namun demikian, temuan yang berbeda dikemukakan oleh Rahelliamelinda & Handoko (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ketika profitabilitas rendah, nilai perusahaan pun ikut menurun karena hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan perlu ditingkatkan, yang berdampak pada menurunnya daya tarik perusahaan di mata investor. Bahkan jika profitabilitas meningkat dari tahun ke tahun tetapi return yang diberikan tetap rendah, investor akan memandang perusahaan secara negatif. Dalam kondisi seperti ini, manajemen cenderung memanfaatkan peluang untuk memperoleh modal melalui penerbitan saham, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan.

Variabel kedua yang turut memengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage*. *Leverage* memiliki peranan penting dalam strategi keuangan perusahaan karena

dapat meningkatkan potensi laba apabila hasil investasi yang dibiayai utang lebih tinggi daripada biaya pinjamannya. Namun, penggunaan *Leverage* juga membawa risiko yang signifikan bagi keberlangsungan keuangan perusahaan. Dalam penelitian Wijaya (2024), *Leverage* ditemukan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dikatakan solvable apabila jumlah total utangnya melebihi total modal sendiri, sehingga semakin tinggi proporsi utang dalam struktur modal, nilai perusahaan pun akan meningkat selama utang tersebut dimanfaatkan secara efektif.

Namun, peningkatan utang yang berlebihan dapat menjadi bumerang dan justru menurunkan nilai perusahaan, terutama jika biaya utang melebihi manfaatnya. Berbeda dengan temuan tersebut Al-Zahra (2024) dan Awanis (2024) mengemukakan bahwa rasio solvabilitas berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Jika utang hanya digunakan untuk menutupi utang lama yang telah jatuh tempo, hal ini akan meningkatkan beban bunga dan menurunkan laba bersih perusahaan. Penurunan laba bersih inilah yang kemudian menyebabkan nilai perusahaan menurun di mata investor.

Selain profitabilitas dan *Leverage*, salah satu faktor lain yang turut memengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Anandini, 2025). CSR merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosial (Nurfauziah & Utami, 2021). Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, setiap badan usaha yang menjalankan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial dan

lingkungan. Tujuannya adalah untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan serta meningkatkan kualitas lingkungan dan taraf hidup masyarakat sekitar (Jovita & Lisandri, 2020).

Ketika perusahaan mengimplementasikan CSR secara aktif, hal ini mencerminkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. CSR mampu memperkuat posisi perusahaan di pasar dengan membangun citra positif, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta memperluas hubungan dengan para pemangku kepentingan (Nopriyanto, 2024). Perusahaan yang transparan dalam pengungkapan program CSR-nya akan dipandang lebih baik oleh investor, sehingga mendorong peningkatan investasi dan menambah nilai perusahaan (Seok et al., 2020).

Penelitian sebelumnya oleh Erawati & Cahyaningrum (2021), Kesumastuti & Dewi (2021), serta Putri et al. (2023) menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin luas dan konsisten perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR-nya, semakin tinggi pula nilai perusahaan karena hal tersebut dapat menarik minat investor untuk menanamkan modal. Namun demikian, tidak semua studi menghasilkan kesimpulan seragam. Temuan Jennifer et al. (2023) mengungkapkan bahwa CSR justru dapat menurunkan nilai perusahaan jika tidak diikuti dengan standar pelaporan yang jelas dan informasi program yang mendetail dalam laporan tahunan. Dalam kondisi seperti ini, investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan konkret daripada citra perusahaan, sehingga pengungkapan CSR yang lemah dapat berdampak negatif terhadap persepsi pasar.

Selain CSR, faktor lain yang turut memengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan ini berkaitan dengan keputusan manajemen dalam mengalokasikan laba, apakah akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau ditahan untuk mendanai investasi di masa depan (Himawan, 2021). Kemampuan perusahaan membayar dividen dalam jumlah besar menandakan stabilitas keuangan yang baik dan memberikan sinyal positif kepada pasar. Menurut Latifa & Sulistyowati (2023), kebijakan dividen yang konsisten dan menguntungkan mampu meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan melalui meningkatnya permintaan saham di pasar.

Berdasarkan fenomena hasil penelitian sebelumnya tidak konsisten, maka penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, CSR, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia?

4. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia.
3. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia.
4. Menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi dan manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik dalam topik sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, khususnya dalam sektor pertambangan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajerial terkait kebijakan keuangan, CSR, dan dividen yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan yang berguna dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya dalam mengevaluasi prospek perusahaan berdasarkan indikator profitabilitas, *Leverage*, CSR, dan kebijakan dividen.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau dasar untuk penelitian lebih lanjut yang mengkaji hubungan antara faktor internal perusahaan dengan nilai perusahaan, baik pada sektor pertambangan maupun sektor lainnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Signalling Theory* (Teori Sinyal). Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Spence dalam penelitiannya yang berjudul "*Job Market Signalling*". Dalam konteks teori ini, sinyal diartikan sebagai suatu pesan yang dikirimkan oleh pihak yang memiliki informasi (pengirim) kepada pihak lain (penerima). Penerima informasi kemudian akan menafsirkan sinyal tersebut sesuai dengan pemahamannya (Kennedy & Anastalia, 2024).

Signalling theory menjelaskan pentingnya perusahaan untuk menyampaikan informasi, seperti laporan keuangan, kepada pihak eksternal. Hal ini disebabkan oleh adanya asimetri informasi, di mana perusahaan memiliki informasi lebih banyak dan mendalam mengenai kondisi internalnya dibandingkan pihak luar. Laporan keuangan menjadi salah satu alat yang bisa digunakan untuk menyampaikan kondisi kinerja keuangan perusahaan melalui pengukuran rasio keuangan (Dewi & Ekadjaja, 2020).

Sinyal-sinyal yang disampaikan dalam laporan keuangan bisa bersifat positif maupun negatif. Ketika manajemen perusahaan menyajikan informasi keuangan, diharapkan informasi tersebut memberikan sinyal positif kepada investor atau pemilik modal. Investor cenderung membuat keputusan berdasarkan teknik analisis tertentu yang didasarkan pada laporan keuangan yang tersedia. Jika dalam laporan

tersebut tercermin laba yang tinggi, maka investor akan menganggapnya sebagai sinyal positif yang mendorong keputusan untuk berinvestasi.

Dengan demikian, *Signalling Theory* menunjukkan bahwa tindakan manajemen dalam menyampaikan informasi ke pasar merupakan upaya untuk memberikan gambaran prospek perusahaan. Bila sinyal yang ditangkap oleh investor bersifat positif, maka akan memicu minat untuk membeli saham perusahaan. Sebaliknya, apabila sinyal yang muncul bersifat negatif, investor cenderung akan menjual saham yang dimiliki.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Kasmir (2017:7) menjelaskan bahwa nilai perusahaan mencerminkan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut diperjualbelikan. Pada perusahaan yang telah go public, nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi investor terhadap kondisi dan prospek perusahaan. Nilai perusahaan dapat dijadikan acuan oleh investor dalam menilai kinerja perusahaan pada periode yang akan datang dan umumnya berkaitan erat dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat diperoleh investor.

Menurut Adityaputra & Perdana (2024), nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan, yang umumnya dikaitkan dengan harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan saat ini serta prospeknya di masa mendatang.

Pambudi & Ahmad (2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan proses yang mencerminkan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depan yang dapat dipercaya oleh investor. Selanjutnya, menurut Ningrum (2022:20), nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi aktual di pasar. Rasio ini memberikan pemahaman bagi manajemen mengenai kondisi yang sedang terjadi dan potensi dampaknya di masa yang akan datang.

Sementara itu, Putri (2023:25) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham, di mana harga tersebut terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal, sebagai refleksi penilaian publik terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil pencapaian perusahaan yang mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat atau investor. Nilai ini menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya, yakni memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, yang ditunjukkan melalui peningkatan harga saham di pasar.

Menurut Putri et al. (2023:29), secara umum terdapat dua kelompok faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, yaitu:

1. Faktor Internal Perusahaan, yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan dan dapat dikendalikan oleh manajemen. Contohnya meliputi aktivitas produksi, pemasaran, serta kebijakan pendanaan seperti penggunaan hutang atau ekuitas. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik cenderung menarik minat investor untuk membeli sahamnya. Hal ini akan

menyebabkan kenaikan harga saham, sementara jumlah penawaran saham tetap, sehingga harga pasar saham meningkat.

2. Faktor Eksternal, yaitu faktor-faktor di luar perusahaan yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen, antara lain:

- a. Kondisi Ekonomi:

Jika kondisi perekonomian suatu negara memburuk, investasi cenderung menurun. Kondisi ekonomi yang buruk juga dapat mengurangi daya beli masyarakat, khususnya para investor, sehingga menurunkan harga saham perusahaan. Sebaliknya, kondisi ekonomi yang baik membuat investor lebih tertarik berinvestasi saham dibandingkan menabung, karena saham dianggap memberikan keuntungan lebih besar.

- b. Tingkat Suku Bunga

Jika suku bunga di suatu negara tinggi, investor biasanya lebih memilih menabung karena risiko yang harus ditanggung lebih kecil dibandingkan berinvestasi di pasar saham.

- c. Tingkat Inflasi

Inflasi adalah kenaikan harga secara terus-menerus dan umum terjadi. Inflasi dapat merugikan pemilik uang tunai karena daya beli uang menurun.

- d. Faktor Psikologis

Ketika harga saham turun, investor seringkali menjual saham karena takut mengalami kerugian yang lebih besar atau karena kebutuhan dana yang mendesak.

e. Keputusan Pemerintah di Bidang Ekonomi

Kebijakan ekonomi pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat memengaruhi harga saham di pasar.

Menurut Risman (2021:6), karena terdapat banyak definisi nilai perusahaan yang berbeda-beda berdasarkan sudut pandang yang digunakan, maka nilai perusahaan juga memiliki berbagai jenis. Secara umum, nilai perusahaan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori berikut:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum dalam anggaran dasar perusahaan, biasanya ditetapkan saat pendirian atau melalui perubahan akta perusahaan. Sebelum perdagangan saham tanpa warkat (fisik saham) diberlakukan, nilai nominal juga tercantum pada warkat saham yang diperdagangkan di bursa efek.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar, atau sering disebut harga pasar (market price), merupakan harga yang terbentuk di pasar melalui mekanisme tawar-menawar pada perdagangan saham. Nilai pasar ini hanya ada pada perusahaan yang sudah tercatat (listing) di bursa efek.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik adalah nilai yang diperoleh dari perhitungan berdasarkan analisis fundamental perusahaan. Nilai ini digunakan untuk menilai harga saham suatu perusahaan dan menjadi dasar pengambilan keputusan oleh investor maupun manajer investasi.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung berdasarkan pembukuan akuntansi, yaitu selisih antara total aset dan total kewajiban, kemudian dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merujuk pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu. Konsep ini mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan serta efektivitasnya dalam memanfaatkan aset maupun modal yang dimiliki secara produktif. Pengukuran profitabilitas dilakukan dengan membandingkan laba yang dihasilkan dalam satu periode dengan total aktiva atau modal perusahaan (Kasmir, 2018:196). Dengan demikian, profitabilitas menjadi indikator penting untuk menilai kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh.

Menurut Iswandi (2022), tingkat profitabilitas perusahaan dapat dianalisis melalui berbagai rasio profitabilitas. Rasio-rasio tersebut digunakan oleh para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang bersumber dari aktivitas penjualan, efisiensi pengelolaan aset, maupun hasil dari investasi yang telah ditanamkan oleh pemilik perusahaan. Informasi ini menjadi dasar dalam menilai keberlanjutan dan prospek keuangan perusahaan di masa mendatang.

Tingkat profitabilitas yang tinggi mampu menciptakan kepercayaan investor terhadap kualitas kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara optimal menunjukkan kemampuan dalam memberikan imbal hasil yang positif dari kegiatan operasionalnya. Kondisi tersebut dapat meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan, sehingga

perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang lebih tinggi cenderung memperoleh penilaian yang lebih baik di pasar dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Sekarwati & Susilo, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan indikator kunci dalam menilai kinerja keuangan perusahaan sekaligus menjadi sinyal penting bagi investor dalam menentukan keputusan investasi. Tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan efektivitas pengelolaan perusahaan dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan di mata para pemangku kepentingan.

Tujuan dan manfaat dari profitabilitas suatu perusahaan:

1. Tujuan Profitabilitas

- a. Menjamin kelangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang
- b. Menyediakan peluang untuk melakukan investasi serta perluasan usaha
- c. Menghasilkan imbal hasil bagi pemilik atau pemegang saham
- d. Meningkatkan daya saing perusahaan di pasar
- e. Mendukung kegiatan penelitian dan pengembangan inovasi baru
- f. Menjadi dasar pemberian insentif serta kesejahteraan bagi karyawan

2. Manfaat Profitabilitas

- a. Memberikan indikasi yang jelas mengenai kondisi keuangan Perusahaan
- b. Menumbuhkan kepercayaan dan ketertarikan dari para investor
- c. Membuka peluang untuk memperoleh pendanaan dari lembaga eksternal
- d. Menunjukkan seberapa optimal investasi yang dilakukan Perusahaan
- e. Membantu pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijakan strategis
- f. Menjadi alat ukur efisiensi operasional perusahaan secara keseluruhan

2.1.4 *Leverage*

Leverage merupakan pemanfaatan sumber daya dengan biaya tetap, seperti utang atau saham preferen, yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham (Mahendra, 2024). Dalam konteks struktur modal perusahaan, *leverage* mengacu pada besarnya porsi pendanaan perusahaan yang bersumber dari utang. Sejalan dengan hal tersebut, Kasmir (2017:151) menyatakan bahwa *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang, yang menunjukkan besarnya beban utang yang harus ditanggung perusahaan dibandingkan dengan total aktivanya. Dalam pengertian yang lebih luas, rasio *leverage* juga digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang, apabila perusahaan mengalami likuidasi.

Lebih lanjut, menurut Devi et al. (2021), *leverage* mencerminkan strategi penggunaan dana berbiaya tetap untuk memaksimalkan laba atas modal sendiri. Penggunaan *leverage* yang tinggi berpotensi meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan, namun di sisi lain juga meningkatkan risiko keuangan yang harus dihadapi. Syam et al. (2021) menegaskan bahwa *leverage* merupakan strategi pendanaan berbasis utang yang bertujuan memperbesar potensi hasil investasi. Dengan demikian, besarnya penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan mencerminkan tingkat *leverage* yang diambil oleh perusahaan.

Leverage yang tinggi bisa memperbesar nilai perusahaan, tetapi sekaligus meningkatkan risiko finansial yang ditanggung. Beberapa indikator penting untuk mengukur tingkat *Leverage* antara lain *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Long Term Debt to Equity Ratio*, *Time Interest Earned Ratio*, dan

Fixed Charge Coverage Ratio (Aryani et al., 2024). Menurut Marfu'ah dan Sulistiyowati (2023), *Leverage* juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Rasio DAR digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar proporsi utang terhadap aset atau ekuitas pemegang saham (Sulistyo & Manunggal, 2022). Lebih lanjut, *Debt to Asset Ratio* menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap dana pinjaman dengan cara membandingkan total utang terhadap total aset. Rasio ini juga berguna untuk menilai kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya (Wijaya & Atahau, 2021).

Secara keseluruhan, *Leverage* adalah strategi keuangan yang melibatkan penggunaan dana pinjaman guna memaksimalkan potensi keuntungan perusahaan. Meskipun demikian, strategi ini juga memperbesar risiko kerugian apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban finansialnya.

2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan konsep di mana perusahaan memiliki kewajiban moral dan sosial terhadap seluruh pihak yang berkepentingan. CSR mencerminkan pendekatan yang lebih manusiawi dalam menyikapi isu-isu sosial dan lingkungan (Novitasari & Tarigan, 2022). Konsep CSR tidak terbatas hanya pada pemberian bantuan finansial kepada masyarakat sekitar, tetapi juga mencakup cara perusahaan memperlakukan karyawannya secara adil tanpa diskriminasi, membangun hubungan harmonis dengan mitra usaha seperti pemasok, serta melaksanakan program-program yang berorientasi pada keberlanjutan dan jangka panjang.

Oleh karena itu, CSR memiliki keterkaitan erat dengan pembangunan berkelanjutan dalam tubuh perusahaan (Abdi & Adi, 2023). Setiap keputusan perusahaan sebaiknya dipertimbangkan dari berbagai dampaknya, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, karena kegiatan operasional tidak hanya berpengaruh secara ekonomi, tetapi juga membawa dampak terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian, perusahaan harus memiliki kesadaran untuk memperhitungkan konsekuensi sosial dan ekologis dari aktivitas bisnisnya.

Sultoni (2020) menyatakan bahwa CSR adalah bentuk komitmen perusahaan untuk berperilaku secara etis dan turut mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, CSR didefinisikan sebagai komitmen korporasi dalam berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat serta memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri.

Tujuan utama CSR adalah untuk mengatasi dampak negatif dari kegiatan perusahaan terhadap lingkungan sosialnya, sehingga perusahaan dapat bertumbuh secara berkesinambungan. Semakin tinggi penerapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan, maka semakin baik pula pencapaian dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Di Indonesia sudah ada beberapa perusahaan yang sudah menerapkan kegiatan CSR-nya sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. Seperti yang dijelaskan pada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 mengenai perseroan terbatas (UUPT) adalah sebagai berikut:

Pasal 1 Angka 3 UUP	Pasal 47 Ayat (2) UUP
Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat secara umum.	Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan, serta pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan prinsip kepatutan dan kewajaran.

Disiplin yang mengkaji hubungan antara bisnis dan masyarakat, sering disebut sebagai hubungan bisnis dengan bidang masyarakat, telah menjadi dasar lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Adel & Anis, 2022). Ruang lingkup CSR didefinisikan sebagai perilaku perusahaan yang bertujuan untuk mendukung kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Melalui program CSR, perusahaan dapat menjalin kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar sekaligus mempertahankan nilai saham saat menghadapi penurunan pasar (Boubaker et al., 2022).

Menurut Kholis et al (2020), CSR mencakup beberapa aspek, yaitu:

1. *Basic Responsibility*, yaitu kewajiban bisnis untuk membayar pajak, mematuhi hukum, dan mengikuti standar kerja yang telah ditetapkan oleh pemerintah.
2. *Organizational Responsibility*, yang berarti komitmen perusahaan dalam melayani kepentingan para pemangku kepentingan.
3. *Societal Responsibility*, yang mengharuskan perusahaan menjelaskan bagaimana operasionalnya berinteraksi dengan masyarakat agar perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di lingkungan sosialnya.

2.1.6 Kebijakan Dividen

Dividen adalah bagian dari keuntungan perusahaan yang diberikan kepada pemegang saham. Besarnya dividen ditetapkan oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dividen juga dapat diartikan sebagai hasil laba bersih perusahaan yang dibagikan kepada para pemegang saham sebagai bentuk apresiasi atas investasi mereka. Pemegang saham biasanya memandang dividen sebagai indikator profitabilitas dan prospek masa depan perusahaan (Momany et al., 2024). Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2004) dalam PSAK No. 23, dividen merupakan pembagian keuntungan sesuai dengan proporsi modal yang dimiliki oleh masing-masing pemegang saham.

Irnawati (2021) menyatakan bahwa dalam kebijakan dividen terdapat dua pihak dengan kepentingan berbeda, yaitu pemegang saham yang mengharapkan pembagian dividen sebagai keuntungan, dan manajemen perusahaan yang ingin meningkatkan nilai perusahaan serta kesejahteraan pemegang saham melalui kebijakan dividen.

Kebijakan dividen sendiri adalah keputusan perusahaan mengenai apakah keuntungan akan dibagikan sebagai dividen atau disimpan sebagai laba ditahan untuk pembiayaan investasi di masa depan (Umar et al., 2023). Laba sebaiknya hanya ditahan jika ada peluang investasi yang menguntungkan (Omerhodzic, 2019). Apabila dividen dibagikan, laba ditahan akan berkurang, yang berarti dana internal untuk pengembangan perusahaan juga akan berkurang. Karena adanya kepentingan berbeda antara pemegang saham dan manajemen, kebijakan dividen menjadi hal yang sangat penting untuk perusahaan (Arizki et al., 2019).

Secara ringkas, kebijakan dividen adalah aturan internal perusahaan yang menentukan besaran dividen yang akan dibagikan serta jumlah laba yang disimpan untuk kegiatan bisnis. Pembagian dividen yang lebih besar cenderung menarik lebih banyak investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, kebijakan dividen dapat membantu mengurangi konflik antara pemegang saham dan manajemen karena perusahaan berusaha mempertahankan keberhasilan sekaligus menjaga kepuasan para pemegang saham.

Menurut Anggraeni (2023), terdapat beberapa jenis dividen, yaitu:

1. Dividen Tunai

Dividen yang dibayarkan dalam bentuk uang tunai. Besaran total uang yang dibagikan ditentukan oleh manajemen perusahaan. Jenis dividen ini adalah yang paling umum dan banyak diminati oleh para investor.

2. Dividen Saham

Dividen yang dibayarkan dalam bentuk saham perusahaan. Pembayaran dividen saham ini dilakukan apabila perusahaan memiliki laba yang tersedia. Dengan metode ini, jumlah saham yang beredar akan meningkat, namun tidak menambah jumlah total modal saham yang ada.

3. Dividen Barang

Dividen yang diberikan dalam bentuk barang atau aset selain uang tunai.

4. *Scrip Dividend / Dividen Skrip*

Dividen yang dibayarkan dalam bentuk surat janji hutang atau janji tertulis untuk membayar di masa mendatang. Dividen ini menyebabkan perusahaan memiliki kewajiban utang jangka pendek kepada pemegang saham.

5. *Liquidating Dividend / Dividen Likuidasi*

Dividen yang dibayarkan berdasarkan pengurangan modal perusahaan, bukan dari keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Berbagai penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan maupun aspek keuangan lainnya. Penelitian-penelitian tersebut memberikan hasil yang beragam, baik yang menunjukkan pengaruh positif, negatif, maupun tidak signifikan. Berikut adalah beberapa penelitian relevan yang menjadi acuan dalam penelitian ini:

Penelitian pertama oleh Puteri et al. (2023) dengan judul *The Role of Profitability and Leverage on Corporate Social Responsibility Disclosure in Mining Company Indonesia* menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik profitabilitas maupun *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung lebih aktif mengungkapkan aktivitas sosialnya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan dan lingkungan, sementara perusahaan dengan *leverage* tinggi juga meningkatkan pengungkapan CSR sebagai upaya membangun citra positif dan menjaga kepercayaan investor maupun kreditur. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada penggunaan variabel profitabilitas dan *leverage* serta obyek penelitian pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Perbedaannya, penelitian Puteri et al. (2023) menempatkan CSR sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian ini

menempatkan CSR sebagai variabel independen yang diuji pengaruhnya terhadap nilai perusahaan serta menambahkan variabel kebijakan dividen.

Penelitian oleh Akhmadi & Januarsi (2021) berjudul *Profitability and Firm Value: Does Dividend Policy Matter for Indonesian Sustainable and Responsible Investment (SRI)-KEHATI Listed Firms?* menggunakan teknik *hierarchy moderating regression*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif langsung antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Hubungan ini semakin kuat pada perusahaan dengan rasio kebijakan dividen yang tinggi, di mana kebijakan dividen berperan sebagai moderator murni terutama pada perusahaan yang lebih berkelanjutan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel profitabilitas, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan. Perbedaannya, penelitian Akhmadi & Januarsi (2021) menggunakan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi dan obyek penelitian terbatas pada perusahaan yang tergabung dalam indeks *SRI-KEHATI*, sedangkan penelitian ini menggunakan kebijakan dividen sebagai variabel independen dan berfokus pada perusahaan pertambangan di Indonesia.

Penelitian Adamkaite et al. (2022) berjudul *The Impact of Social Responsibility on Corporate Financial Performance in the Energy Sector: Evidence from Lithuania* menggunakan studi kasus dengan pengembangan metode penilaian CSR dan analisis indikator kinerja keuangan. Hasil penelitian pada sembilan perusahaan energi di Lithuania menunjukkan hubungan netral dominan antara kegiatan CSR dan kinerja keuangan selama periode 2017–2020. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan variabel CSR sebagai fokus analisis. Perbedaannya, penelitian Adamkaite et al. (2022)

menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel dependen dan dilakukan pada perusahaan energi di Lithuania dengan metode studi kasus, sedangkan penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, obyek perusahaan pertambangan di Indonesia, serta pendekatan kuantitatif.

Ratmanasuci & Elwisam (2024) melakukan penelitian berjudul *The Moderating Role of CSR on the Impact of Liquidity, Leverage, Firm Size, and Firm Age on Profitability in Energy Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange*. Analisis dilakukan menggunakan panel data *regression* dan *moderated regression* (*eViews*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan *leverage* dan CSR berpengaruh negatif, serta likuiditas tidak berpengaruh. CSR memperkuat dampak negatif *leverage* terhadap profitabilitas, namun tidak memoderasi pengaruh variabel lain. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel *leverage* dan CSR serta obyek penelitian pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI. Perbedaannya, penelitian Ratmanasuci & Elwisam (2024) menggunakan profitabilitas sebagai variabel dependen dan CSR sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan CSR sebagai variabel independen.

Penelitian Sumilir et al. (2023) berjudul Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage* dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Energi dengan teknik data panel *regression* (*E-Views 12.0*) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan, *leverage* berpengaruh positif signifikan, sementara aktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Persamaan

penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan variabel CSR, profitabilitas, *leverage*, dan nilai perusahaan. Perbedaannya, penelitian Sumilir et al. (2023) tidak memasukkan variabel kebijakan dividen serta menggunakan obyek perusahaan sektor energi secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus meneliti perusahaan pertambangan di Indonesia dan menambahkan variabel kebijakan dividen.

Magfiroh & Sunarto (2024) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage*, dan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi menggunakan regresi linier berganda dengan teknik *pure moderator interaction*. Hasil penelitian menunjukkan likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif, CSR berpengaruh positif, sedangkan kebijakan dividen tidak memoderasi hubungan antarvariabel. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan variabel profitabilitas, *leverage*, CSR, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan. Perbedaannya, penelitian Magfiroh & Sunarto (2024) menggunakan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian ini menggunakan kebijakan dividen sebagai variabel independen dan tidak menguji efek moderasi.

Penelitian Kartini (2025) berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Laba, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage* pada Bursa Efek Indonesia dengan analisis regresi linier berganda menemukan bahwa CSR, kebijakan dividen, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *leverage* berpengaruh negatif dan pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan. Persamaan dengan

penelitian ini terletak pada penggunaan variabel CSR, kebijakan dividen, profitabilitas, *leverage*, dan nilai perusahaan. Perbedaannya, penelitian Kartini (2025) menggunakan obyek perusahaan sektor *Food and Beverage* serta menambahkan variabel pertumbuhan laba, sedangkan penelitian ini berfokus pada perusahaan pertambangan dan tidak memasukkan variabel pertumbuhan laba.

Penelitian Zulaikha et al. (2025) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2023 menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *SPSS*. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh, dan *leverage* berpengaruh positif signifikan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada obyek penelitian perusahaan pertambangan serta penggunaan variabel profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Perbedaannya, penelitian Zulaikha et al. (2025) tidak memasukkan variabel CSR dan kebijakan dividen, sedangkan penelitian ini menambahkan kedua variabel tersebut untuk memperluas analisis faktor penentu nilai perusahaan.

Penelitian Darmawan & Suidarma (2024) berjudul Kebijakan Dividen Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016–2023) menggunakan panel data *regression* dan *moderated regression analysis (MRA)*. Hasil penelitian menunjukkan likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, kebijakan dividen memoderasi dengan memperkuat pengaruh profitabilitas dan likuiditas, namun melemahkan

pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel profitabilitas, *leverage*, likuiditas, kebijakan dividen, serta obyek perusahaan pertambangan. Perbedaannya, penelitian Darmawan & Suidarma (2024) menempatkan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian ini menggunakan kebijakan dividen sebagai variabel independen tanpa pengujian efek moderasi.

