

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia tengah menyorot Fenomena perubahan iklim—salah satu tantangan besar global saat ini. Jelas diperlukan urgensi kesadaran berupa kepedulian dan inisiatif dari seluruh pemangku kepentingan untuk menanggulangi perubahan iklim yang cepat dan akurat. Pemerintah mendukung upaya tersebut melalui kebijakan transformasi ekonomi linier ke ekonomi sirkular. Perusahaan tidak hanya menjadi penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga sebagai katalisator investasi dan inovasi yang mendukung daya saing bangsa di kancah internasional. Dalam konteks ini, kemampuan perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis global menjadi kunci keberhasilan, khususnya dalam menghadapi tantangan keberlanjutan dan tekanan regulasi yang semakin kompleks.

Saat ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia semakin termotivasi untuk membangun reputasi positif melalui penerapan berbagai inisiatif guna mencapai nilai yang diinginkan. Di tengah krisis iklim global, perusahaan dituntut untuk mengambil tanggung jawab atas aktivitas operasional yang berdampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat. Penerapan praktik tersebut Bukan sekadar menjadi tanggung jawab sosial, namun juga menjadi upaya penting dalam mengoptimalkan nilai perusahaan, karena mampu memperkuat kepercayaan investor dan persepsi positif dari pemangku kepentingan. Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar pada prospek

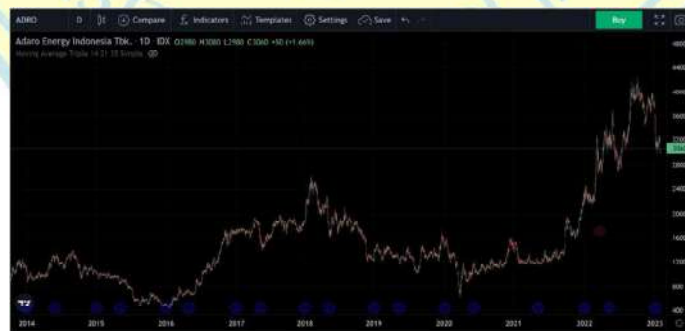
bisnis, efektivitas kinerja, serta keberlanjutan jangka panjang. Walaupun perusahaan berorientasi pada pencapaian laba maksimal dalam jangka pendek, perhatian terhadap nilai perusahaan tetap menjadi hal yang krusial karena mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjangnya (Apriliani et al., 2022)

Persepsi investor mengenai nilai keberhasilan pada perusahaan bisa terlihat melalui nilai perusahaan, yang sering kali direfleksikan oleh harga sahamnya (Musfiyana & Nurul Inayah, 2022). Dalam konteks dunia bisnis yang makin bersaing, penilaian terhadap nilai perusahaan dijadikan aspek sangat perlu karena menunjukkan persepsi pasar pada prospek, reputasi, serta keberlanjutan perusahaan di periode mendatang. Nilai perusahaan digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana strategi dan kebijakan yang diterapkan manajemen mampu menciptakan nilai tambah serta meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan. Dengan nilai perusahaan yang optimal, perusahaan dipandang memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mempertahankan eksistensi, memperluas peluang investasi, dan menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berkembang.

Persepsi pasar mengenai kondisi dan peluang pertumbuhan perusahaan dapat tercermin melalui nilai perusahaan. Pada kajian keuangan, rasio Tobin's Q dipakai bagi proksi guna menghitung nilai perusahaan, yang merupakan perbandingan antar nilai pasar perusahaan serta nilai buku asetnya. Tobin's Q dinilai mampu menangkap ekspektasi investor pada

pertumbuhan perusahaan di periode mendatang karena memasukkan unsur nilai pasar (Tobin James, 1969) Nilai Tobin's Q yang lebih dari satu mencerminkan bahwa pasar memberikan penilaian tinggi terhadap prospek pertumbuhan perusahaan, sedangkan nilai di bawah satu mengindikasikan bahwa perusahaan dinilai kurang mampu memaksimalkan aset yang dimiliki.

Fenomena fluktuasi nilai perusahaan sebagaimana ditunjukkan pada Tobin's Q dapat diamati dari berbagai peristiwa yang memengaruhi kepercayaan investor, baik faktor internal maupun eksternal. Fenomena perubahan nilai perusahaan bisa dijumpai pada pergerakan harga saham PT Adaro Energy Indonesia Tbk yang terdapat di IDX. Dalam beberapa periode terakhir, perusahaan ini mengalami fluktuasi harga saham yang dipengaruhi oleh perubahan harga batu bara global dan kebijakan energi di berbagai negara. Ketika harga batu bara dunia meningkat akibat krisis energi global, kinerja keuangan ADRO meningkat signifikan sehingga harga saham perusahaan juga mengalami kenaikan.



Gambar 1. 1 Tren Saham ADRO
Sumber : Data diolah

Berdasarkan grafik periode 2014–2023, terlihat bahwa harga saham ADRO mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada periode 2015–2016, harga saham berada pada level rendah di bawah Rp1.000 per saham. Namun, mulai tahun 2016 hingga 2018, harga saham mengalami peningkatan seiring dengan membaiknya harga batu bara global dan kinerja perusahaan.

Selanjutnya, pada periode 2019–2020, harga saham kembali mengalami penurunan akibat melemahnya harga komoditas serta dampak ketidakpastian ekonomi global. Akan tetapi, pada periode 2021–2022, saham ADRO mengalami kenaikan yang sangat signifikan hingga mencapai di atas Rp4.000 per saham. Kenaikan ini dipicu oleh lonjakan harga batu bara dunia akibat krisis energi global, sehingga meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan menarik minat investor.

Namun, setelah mencapai titik tertinggi tersebut, harga saham ADRO kembali mengalami koreksi pada tahun 2023, yang menunjukkan adanya perubahan ekspektasi investor terhadap prospek perusahaan, terutama terkait isu transisi energi dari batu bara ke energi terbarukan. Fluktuasi harga saham ini mencerminkan perubahan nilai pasar perusahaan.

Dalam perspektif Tobin's Q, kenaikan harga saham pada periode 2021–2022 menyebabkan nilai pasar perusahaan meningkat sehingga rasio Tobin's Q juga cenderung meningkat ($Q > 1$), yang menandakan perusahaan dinilai mempunyai potensi yang menjanjikan oleh investor. Sebaliknya, ketika harga saham mengalami penurunan pada periode berikutnya, maka

nilai pasar perusahaan juga menurun sehingga rasio Tobin's Q dapat mengalami penurunan

Kasus yang terjadi pada PT Adaro Energy Indonesia Tbk menunjukkan bahwa nilai perusahaan erat kaitannya dengan karakteristik eksternal maupun internal perusahaan. Fluktuasi harga saham ADRO yang dipengaruhi oleh perubahan harga batu bara global mencerminkan bahwa nilai pasar perusahaan dapat berubah secara signifikan. Ketika harga batu bara meningkat, kinerja keuangan perusahaan juga mengalami peningkatan sehingga menarik ketertarikan investor dan memicu kenaikan harga saham. Kondisi tersebut menyebabkan nilai pasar perusahaan bertumbuh, yang selanjutnya berpengaruh pada meningkatnya nilai perusahaan yang dihitung memakai Tobin's Q.

Analisis mengenai nilai perusahaan menjadi fokus pembahasan yang sangat populer dan banyak diteliti dalam konteks pasar modal Indonesia. Berbagai studi empiris telah mengeksplorasi berbagai unsur yang memengaruhi nilai perusahaan dengan menggunakan beragam variabel independen dan konteks industri yang berbeda. Baik faktor keuangan maupun non keuangan seperti *Good Corporate Governance* (GCG) dan Profitabilitas. (D. C. Y. Putri, 2018).

Berbagai penelitian tersebut salah satunya dilakukan oleh Fadli (2022) yang meneliti bagaimana pengaruh Profitabilitas (ROA) dan *Leverage* (DER) pada Nilai Perusahaan (Tobin's Q) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Mediasi menemukan profitabilitas memberikan kontribusi positif pada nilai perusahaan. Disisi lain kajian yang dilaksanakan Khoirunnisa & Indianik Aminah (2022) meneliti tentang Pengaruh Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020 dan mengungkapkan adanya hubungan dewan komisaris pada nilai perusahaan.

Kenaikan nilai perusahaan bisa dicapai dengan adanya Sinergi antar manajemen perusahaan dengan pihak terkait, antarlain *shareholder* maupun *stakeholder* dalam pengambilan kebijakan keuangan guna mengoptimalkan pengelolaan modal kerja yang tersedia. Upaya yang dapat ditempuh perusahaan guna memperbaiki nilai perusahaan adalah dengan menerapkan konsep GCG. GCG telah menjadi kerangka kerja utama dalam memastikan terciptanya transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan keadilan dalam pengelolaan perusahaan, selanjutnya diharapkan mampu menambah peningkatan kinerja keuangan Perusahaan.

Peran utama dalam melahirkan budaya perusahaan yang sadar, transparan, serta terbuka dimainkan oleh tata kelola perusahaan (Al-ahdal et al., 2020), Sebagai fondasi utama dalam pengelolaan organisasi, GCG mendorong terciptanya kepercayaan dari pemangku kepentingan dan

memastikan bahwa setiap keputusan bisnis diambil secara bertanggung jawab. Melalui penerapan GCG, perusahaan dapat membangun lingkungan yang mendukung keberlanjutan operasional sekaligus meningkatkan daya saing dalam pasar yang semakin kompleks.

Pentingnya GCG juga tercermin dalam kemampuannya meningkatkan kepercayaan investor serta akses perusahaan pada pendanaan. Perusahaan dengan GCG yang baik Perusahaan dengan GCG yang optimal mampu meminimalkan pertentangan kepentingan antar pemegang saham serta manajemen melalui fungsi pengawasan dan pengendalian yang efisien. sehingga investor lebih percaya untuk menanamkan modalnya karena risiko penyalahgunaan dana dan fraud relatif lebih rendah. Kepercayaan ini tidak hanya tercermin dalam harga saham yang lebih tinggi, tetapi juga memudahkan perusahaan mendapatkan pendanaan dari investor atau kreditor dengan biaya modal yang lebih rendah, karena lembaga keuangan dan investor institusional umumnya mensyaratkan standar governance tertentu sebagai indikator rendahnya risiko investasi.

Nilai perusahaan yang lebih baik cenderung dimiliki oleh perusahaan yang mengimplementasikan ketentuan GCG secara efektif, sekaligus menarik kepercayaan dari investor dan pemangku kepentingan lainnya. Karena Praktik-praktik perusahaan yang berkualitas tercakup dalam konsep GCG (Zulfa et al., 2024). Namun, meskipun GCG diakui penting, penerapannya masih menghadapi kendala. Berdasarkan laporan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), banyak perusahaan di Indonesia yang masih berada pada tahap implementasi awal GCG, dengan skor rata-rata tata kelola yang belum optimal, sehingga potensi peningkatan nilai perusahaan melalui GCG belum sepenuhnya terwujud.

GCG perusahaan yang baik diperlukan untuk mengoptimalkan Nilai Perusahaan, GCG menjadi fondasi penting dalam memastikan bahwa proses pengambilan keputusan di perusahaan dilakukan secara transparan, akuntabel, dan bertanggungjawab. GCG yang efektif tidak hanya membantu perusahaan dalam mengelola risiko dan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan mitra bisnis. Penerapan GCG yang optimal diyakini dapat memaksimalkan Nilai perusahaan.

Mekanisme pengawasan internal dan eksternal yang kuat salah satunya dengan adanya Dewan Direksi dan Dewan Komisaris yang efektif, yang dapat membantu memonitor aktivitas manajemen agar tetap sesuai dengan kebijakan perusahaan dan peraturan yang berlaku. Pengawasan yang baik akan mengurangi risiko penyimpangan, kecurangan, atau praktik manajemen laba (*earnings management*), sehingga laporan keuangan menjadi lebih baik serta mampu menunjukkan kondisi perusahaan yang sesungguhnya. Informasi yang transparan dan kredibel akan menambah kepercayaan investor pada perusahaan, yang pada akhirnya berpengaruh pada bertambahnya ketertarikan investasi dan harga saham perusahaan. Efektivitas ini dapat dicapai dengan penerapan Rapat Dewan Direksi dan

Rapat Dewan Komisaris. Hal ini dapat dicapai dengan penerapan rapat dewan direksi dan rapat dewan komisaris sebagai bagian dari mekanisme GCG. Rapat dewan direksi berperan sebagai sarana koordinasi dalam proses pengambilan keputusan strategis perusahaan, sedangkan rapat dewan komisaris berfungsi sebagai bentuk pengawasan terhadap kebijakan dan kinerja manajemen perusahaan.

Dewan Direksi merupakan salah satu dewan pengawasan dari *sistem Corporate Governance* yang memiliki peran penting untuk menetapkan kebijakan serta strategi dalam mengelola sumber daya perusahaan guna mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Kehadiran Dewan Direksi mencerminkan implementasi prinsip-prinsip utama GCG, terutama *transparency, accountability, dan responsibility*. Dewan direksi berperan penting dalam memastikan bahwa pengelolaan perusahaan dilakukan secara efektif dan selaras dengan kepentingan pemegang saham (Alkhairani et al., 2020). Dewan direksi yang menjalankan perannya melalui rapat secara optimal dapat meminimalkan potensi konflik kepentingan, meningkatkan kualitas kebijakan perusahaan, serta memperkuat pengendalian internal. Selain itu, efektivitas dewan direksi memberikan dampak positif kepada investor tentang kualitas GCG perusahaan, dengan demikian bertambahnya kepercayaan pasar serta berpengaruh terhadap bertambahnya nilai perusahaan.

Efektifitas penerapan tata kelola perusahaan tidak hanya bergantung pada fungsi pengawasan, tetapi juga pada bagaimana Dewan Direksi menjalankan peran strategisnya dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dewan Direksi mempunyai tanggungjawab dalam mengatur operasional perusahaan, menyusun kebijakan bisnis, serta menjamin tercapainya tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Salah satu indikator yang mencerminkan efektivitas pelaksanaan fungsi tersebut adalah frekuensi rapat Dewan Direksi.

Rapat Dewan Direksi menjadi sarana penting dalam melakukan koordinasi, evaluasi kinerja, pembahasan strategi perusahaan, pengelolaan risiko, hingga pengambilan keputusan terkait kebijakan operasional maupun keberlanjutan perusahaan. Semakin intensif rapat yang dilakukan, semakin besar peluang bagi direksi untuk melakukan pengawasan internal, menyelesaikan permasalahan secara cepat, serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Mekanisme tata kelola yang efektif diperlukan guna menekan perbedaan kepentingan antar manajemen dan pemegang saham melalui peningkatan pengawasan dan koordinasi.

Beberapa Penelitian yang telah dilakukan untuk menunjukan keterkaitan antara Rapat Dewan Direksi serta Nilai Perusahaan, salah satunya yang dilakukan oleh Mutiara et al. (2026) dengan judul proporsi komisaris independen, rapat internal dewan komisaris, rapat internal direksi, serta rapat gabungan terhadap nilai perusahaan keluarga dalam penelitiannya menghasilkan Rapat Dewan Direksi tidak mempunyai

pengaruh signifikan pada Nilai Perusahaan, tetapi berbeda dengan kajian yang dilakukan oleh Puni & Anlesinya (2020) dalam *Corporate governance mechanisms and firm performance in a developing country* menemukan bahwa Rapat Dewan Direksi tidak mempunyai pengaruh pada Nilai perusahaan.

Dewan komisaris adalah agen pengawas yang tidak memiliki keterkaitan erat dengan para pemegang saham yang berperan dalam melakukan pengawasan serta melindungi hak dan kepentingan pemegang saham minoritas, serta memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan (Intia Laras Clara & Azizah Siti Nur, 2021). Dewan Komisaris berfungsi menjamin agar keputusan manajemen selaras dengan ketentuan pemegang saham serta pemangku kepentingan lain, sehingga penerapan prinsip-prinsip GCG dapat tercapai dengan baik. kehadiran komisaris independen dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena pengelolaan yang lebih disiplin dan transparan mendorong efektivitas penggunaan sumber daya, menurunkan risiko, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Efektivitas fungsi pengawasan juga dapat tercermin melalui intensitas pelaksanaan rapat Dewan Komisaris. Rapat Dewan Komisaris merupakan mekanisme penting dalam menjalankan fungsi monitoring terhadap kebijakan dan kinerja yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Melalui rapat tersebut, Dewan Komisaris dapat melakukan evaluasi atas pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi implementasi kebijakan direksi, serta memberikan nasihat dan rekomendasi guna memastikan

perusahaan berjalan sesuai dengan tujuan dan landasan GCG perusahaan yang baik.

Frekuensi rapat Dewan Komisaris yang semakin sering menunjukkan adanya upaya pengawasan yang lebih intensif pada aktivitas perusahaan. Semakin sering rapat dilaksanakan, semakin besar peluang bagi komisaris untuk mengidentifikasi potensi risiko, menekan perselisihan kepentingan antar manajemen dan pemegang saham, serta mengoptimalkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Maka mengacu pada teori agensi yang menyebutkan mekanisme pengawasan yang efektif diperlukan untuk meminimalkan perilaku oportunistik manajemen.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulanda & Aziza (2019) yang berjudul Pengaruh *corporate governance* pada nilai perusahaan dan manajemen laba sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur go public di Indonesia, hasil dari penelitiannya yaitu Rapat Dewan komisaris berdampak pada nilai perusahaan, tetapi disisi lain penelitian yang dilakukan oleh Rahadi Febri & Octavera (2020) yang berjudul pengaruh frekuensi rapat dan partisipasi dewan direksi pada nilai perusahaan menuturkan bahwa Rapat dewan komisaris tidak mempunyai pengaruh pada Nilai Perusahaan

Selain GCG yang efektif, keuntungan perusahaan juga merupakan faktor yang penting guna mempertahankan nilai perusahaan. Nilai profitabilitas yang optimal menunjukkan dampak positif pada investor terkait

efektivitas operasional, peluang perkembangan, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. Dampak positif tersebut memberikan peningkatan minat investor, selanjutnya tercermin dalam kenaikan nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan kapasitas perusahaan untuk mengatur sumber daya perusahaan guna memperoleh keuntungan untuk investor (Riniyati et al., 2019). Profitabilitas yang diukur melalui Return on Assets (ROA) menggambarkan potensi perusahaan selama mengatur aset perusahaan secara efektif guna memperoleh laba. Tingkat ROA yang tinggi mencerminkan bahwa manajemen sanggup menjalankan tanggung jawabnya secara optimal, sehingga mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan kepercayaan pemegang saham. Kondisi tersebut memberikan dampak positif kepada investor mengenai efektivitas pengelolaan perusahaan, yang selanjutnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Beberapa kajian yang telah dilaksanakan salah satunya dari Ardian & Ickhsanto Wahyudi (2023) dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Aktivitas pada Nilai Perusahaan yang Dimoderasi CSR menerangkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Diperkuat lagi oleh kajian yang dilakukan oleh Riniyati et al (2019) yang menemukan Profitabilitas mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Tetapi lain halnya dengan kajian yang dilakukan I. Hidayat & Khotimah (2022) dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020, menemukan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan.

Penerapan tujuan berkelanjutan telah membuat tuntutan utama dalam perencanaan peningkatan nilai perusahaan. Di era modern ini, perusahaan bukan semata-mata diharuskan guna mencapai keuntungan saja, Namun, untuk menjamin keberlanjutan operasionalnya dengan mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan praktik tata kelola yang baik. CSR hadir sebagai salah satu instrumen penting untuk mengukur dan mengomunikasikan konsistensi perusahaan pada pencapaian tujuan tanggung jawab sosial serta meningkatkan nilai perusahaan. CSR dipandang sebagai bentuk langkah strategis untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Pelaksanaan CSR yang optimal dapat membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan investor, dan memperkuat hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Kondisi ini mendorong persepsi pasar yang lebih baik pada peluang serta kelanjutan perusahaan, yang selanjutnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Konsep Triple Bottom Line (TBL) hadir sebagai kerangka yang komprehensif dalam menilai kinerja organisasi secara lebih holistik, yaitu melalui tiga dimensi utama: ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). Melalui pendekatan ini, perusahaan bukan sekedar berfokus pada pencapaian keuntungan, namun juga pada kontribusi atas kemakmuran masyarakat serta kelestarian lingkungan. Dengan memadukan

ketiga aspek tersebut, TBL membantu perusahaan dalam merancang strategi yang mampu menciptakan nilai jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan. Perhatian pada unsur lingkungan, sosial, dan tata kelola (*Environmental, Social, and Governance/ESG*) semakin meningkat, baik di tingkat global maupun nasional. Investor kini bukan sekedar mempertimbangkan kinerja keuangan, namun juga kinerja non-keuangan untuk menentukan keputusan investasi. Perusahaan yang memiliki kinerja CSR yang optimal umumnya lebih diminati karena dipandang mempunyai risiko yang relatif kecil dan potensi yang stabil di periode mendatang.

Dalam sektor pertambangan, isu lingkungan dan sosial menjadi perhatian utama karena aktivitas operasionalnya memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Kasus pencemaran lingkungan, konflik dengan masyarakat, serta pelanggaran regulasi masih menjadi fenomena yang sering terjadi dan berpotensi menurunkan reputasi serta nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang bisa mengatur pengaruh tersebut dengan optimal melalui penerapan CSR yang efektif akan memperoleh legitimasi sosial (*social license to operate*) yang kuat, akhirnya bisa membuat bertambahnya kepercayaan investor dan berpengaruh positif pada nilai perusahaan

Baru baru ini muncul Gelombang penolakan terhadap Freeport sebagai pihak sponsor gelaran festival musik Pestapora. Penolakan ini tidak hanya dilakukan oleh publik saja namun musisi yang seharusnya tampil dalam ajang tersebut satu persatu membatalkan keterlibatan mereka, hal ini tidak bisa dilepaskan dari sejarah panjang konflik Papua. Freeport, melalui tambang Grasberg yang dioperasikan perusahaan induknya Freeport-McMoRan, sudah lama dikaitkan dengan perusakan lingkungan dan pelanggaran HAM. *Corporate Accountability Lab* pada 2023 bahkan menyoroti dampak ekologis dan sosial yang ditimbulkan perusahaan tambang tersebut.

Kasus ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki dampak langsung terhadap penerimaan publik dan keberhasilan kegiatan bisnisnya. Meskipun perusahaan seperti Freeport memiliki keuntungan finansial yang besar, citra negatif akibat isu lingkungan dan pelanggaran hak asasi manusia dapat menimbulkan resistensi sosial yang kuat. Penolakan publik terhadap keterlibatan Freeport dalam ajang budaya seperti Pestapora mencerminkan bahwa masyarakat kini semakin memperhatikan aspek etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, menjaga reputasi bukan sekadar upaya membangun citra, tetapi juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan keuntungan dan nilai perusahaan di tengah masyarakat.

Reputasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui pengungkapan CSR yang baik, selain itu juga dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan dan selanjutnya berpengaruh terhadap bertambahnya nilai perusahaan. Bisnis yang dijalankan dengan tekad yang besar untuk memastikan tanggung jawab dan keberlanjutan dalam setiap operasinya dapat ditunjukkan melalui pengungkapan CSR yang efektif. Selain meningkatkan kepercayaan publik, hal ini juga dapat memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan pasar (Muhammad Rizqan et al., 2024).

Pengungkapan CSR dapat menjadi mediasi antara Dewan direksi, Dewan Komisaris serta Profitabilitas pada Nilai perusahaan. Dewan Direksi yang efektif mampu meningkatkan kualitas tata kelola perusahaan melalui pengawasan yang lebih ketat terhadap Kebijakan Perusahaan, pengendalian internal, serta kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Dewan direksi yang efektif cenderung mendorong pelaksanaan CSR secara lebih optimal sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi perusahaan. perusahaan tidak hanya memperkuat reputasi dan hubungan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga menciptakan kepercayaan masyarakat luas. Hal ini selanjutnya bisa membuat pengaruh positif pada Nilai perusahaan. Oleh sebab itu, keberadaan Dewan Direksi yang berfungsi secara optimal memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong praktik CSR, yang selanjutnya berkontribusi pada pencapaian hasil Nilai Perusahaan yang lebih baik.

Dewan komisaris bersama dengan CSR Perusahaan mempunyai dampak pada Nilai Perusahaan. Dewan komisaris berperan sebagai organ perusahaan yang berperan dalam melakukan pengawasan serta memberikan nasihat kepada manajemen selama melakukan aktivitas operasional perusahaan. Hal ini berkontribusi pada efisiensi operasional yang lebih tinggi, manajemen risiko yang lebih baik, dan pada gilirannya, potensi peningkatan Nilai perusahaan. CSR dapat memberikan manfaat strategis bagi perusahaan. Praktik CSR yang baik, seperti keberlanjutan lingkungan serta tanggung jawab sosial, bisa menambah citra perusahaan di depan pihak terkait. Perusahaan yang diakui karena melakukan kegiatan sosial dan lingkungan yang positif dapat menarik lebih banyak investor, pelanggan, dan mitra bisnis. Dengan demikian, citra yang lebih bagus dapat membuat perusahaan bertambahnya nilai korporat, mendukung pertumbuhan nilai saham, dan berdampak positif pada Nilai Perusahaan (Rusda & Asmedi, 2024).

Penelitian dari Purbawangsa et al. (2020) dengan topik *Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value* menemukan GCG mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan melalui CSR. sedangkan kajian yang dilakukan oleh B. S. Putri & Wahidahwati (2018) dengan judul *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Kinerja Lingkungan pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi* menemukan bahwa CSR tidak mempunyai efek mediasi pada hubungan antara GCG dan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas menunjukkan kapasitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Nilai profitabilitas yang optimal memberikan perusahaan sumber daya yang makin besar untuk melaksanakan dan mengembangkan operasi CSR. laba yang dihasilkan perusahaan dapat dimanfaatkan oleh manajemen untuk menunjukkan akuntabilitas kepada pemegang saham melalui pelaksanaan CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan pengurangan potensi konflik kepentingan. Pelaksanaan CSR yang optimal berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan citra perusahaan di depan masyarakat serta pihak terkait. Pengungkapan CSR yang memadai memberikan dampak positif pada investor tentang komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan kualitas pengelolaan perusahaan. Persepsi positif tersebut mendorong peningkatan kepercayaan pasar yang pada akhirnya tercermin dalam bertambahnya nilai perusahaan. Dengan demikian, CSR berperan sebagai variabel Mediasi yang menjembatani signifikansi profitabilitas pada nilai perusahaan.

Kajian yang dilakukan Patria Prabantama & Tresna Parasetya (2022) menunjukkan bahwa CSR mampu memediasi pengaruh antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Kajian lainnya yang dilakukan Windasari & Ikhsan Budi Riharjo (2017) menjelaskan bahwa CSR belum bisa memediasi hubungan antara Profitabilitas dengan Nilai perusahaan. Selaras dengan kajian yang dilakukan oleh Riniyati et al. (2019) dalam kajiannya profitabilitas juga mampu dimediasi hubungannya dengan nilai perusahaan melalui CSR.

Seiring dengan Penerapan GCG, Profitabilitas dan CSR yang terus berkembang, masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana Mereka berkontribusi terhadap peningkatan Nilai perusahaan. Beberapa kajian menampilkan bahwa CSR dapat menjadi variabel yang menjembatani hubungan antara GCG, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Di sisi lain, temuan penelitian lainnya mengemukakan bahwa kontribusi GCG serta Profitabilitas pada Nilai perusahaan tidak selalu dimediasi oleh CSR, tergantung pada faktor-faktor seperti sektor industri, ukuran perusahaan, dan konteks regional

Dalam beberapa tahun terakhir, kajian terkait hubungan GCG dan profitabilitas pada nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Namun, sebagian besar studi tersebut masih menempatkan hubungan antar variabel secara langsung, tanpa mengkaji secara mendalam mekanisme tidak langsung yang dapat menjelaskan bagaimana pengaruh tersebut terjadi. Di sisi lain, pada sektor perusahaan pertambangan, isu transparansi, akuntabilitas, serta dampak lingkungan dan sosial menjadi semakin krusial karena karakteristik industrinya yang memiliki risiko tinggi terhadap kerusakan lingkungan dan konflik sosial. Hal ini menjadikan CSR sebagai faktor yang tidak hanya penting, tetapi juga strategis dalam mempengaruhi persepsi investor dan nilai perusahaan.

Fokus penelitian yang mengkaji perusahaan pertambangan dengan mengintegrasikan GCG dan profitabilitas serta memasukkan CSR menjadi variabel intervening kedalam satu model kajian yang komprehensif. Selain itu, kajian ini menekankan bahwa pada perusahaan pertambangan, implementasi GCG dan nilai profitabilitas yang optimal tidak menjamin secara langsung meningkatkan nilai perusahaan tanpa diimbangi dengan pengungkapan CSR yang memadai. Dengan demikian, CSR diposisikan sebagai elemen kunci yang sanggup mendorong legitimasi perusahaan di depan publik dan pihak terkait.

Disisi lain Meskipun sering kajian menunjukkan hubungan positif antara GCG, Profitabilitas, CSR, serta Nilai Perusahaan, masih terdapat kesenjangan antara harapan dan realita dalam penerapan prinsip-prinsip ini di perusahaan pertambangan di Indonesia. Untuk itu kajian ini bertujuan untuk mengembangkan analisis yang menjelaskan peran GCG dan Profitabilitas dalam meningkatkan Nilai perusahaan melalui CSR sebagai variabel Mediasi khususnya dalam sektor pertambangan. Diharapkan mampu mendapatkan kontribusi praktis dan teoritis melalui kajian ini, terutama dalam memberikan panduan bagi perusahaan guna mencapai GCG, Profit dan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan dan nilai perusahaan yang baik.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang, bahwa ada keterkaitan antara GCG, Profitabilitas serta Nilai Perusahaan. Beberapa penelitian sebelumnya menemukan hasil yang inkonsisten terkait pengaruh variabel GCG serta Profitabilitas pada Nilai Perusahaan. Sebagian penelitian menemukan pengaruh positif dan negatif atau tidak signifikan. Disisi lain kemungkinan variabel Mediasi yang dapat memediasi hubungan tersebut. Salah satu variabel yang mungkin mempunyai peranan penting adalah CSR, karena menyangkut Citra Perusahaan. Oleh karena itu Perlunya memahami peran CSR dalam memediasi hubungan antara GCG dan profitabilitas pada Nilai Perusahaan.

1.3 Pertanyaan Masalah

Kajian ini dirancang untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?

6. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat Memediasi Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan?
7. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat Memediasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan?

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*
2. Mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*
3. Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan
4. Mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
5. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan
6. Mengetahui *Corporate Social Responsibility* dapat Memediasi Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan
7. Mengetahui *Corporate Social Responsibility* dapat Memediasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Dengan tujuan penelitian ini maka diharapkan dapat memperjelas mekanisme keterkaitan antara GCG dan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan, serta peran penting CSR dalam Memediasi hubungan tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari kajian ini, baik dari sisi teoritis maupun praktis, adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

- a) Kontribusi signifikan dalam pengembangan teori terkait keterkaitan antara GCG, Profitabilitas serta Nilai perusahaan dapat diberikan oleh kajian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan dari Teori Agency guna mengkaji bagaimana hubungan antara manajemen serta pemegang saham tercermin kedalam GCG yang optimal, meningkatkan pendapatan yang selanjutnya mempengaruhi bertambahnya Nilai Perusahaan serta mencegah adanya kecurangan.
- b) Memperkaya pengembangan ilmu melalui pemahaman bahwa citra perusahaan sangat penting bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan sehingga mampu mempertahankan nilai perusahaan yang diharapkan melalui GCG yang baik
- c) temuan kajian ini dapat menjadi rujukan dan landasan teori bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji variabel serupa dengan pendekatan Mediasi CSR atau variabel lain yang relevan, sehingga memperluas aplikasi teori di sektor riil maupun pasar modal.

2) Manfaat Praktis

1. Untuk Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa dipakai sebagai panduan oleh perusahaan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi tata kelola yang lebih baik, agar dapat meningkatkan profitabilitas juga menjalankan Kewajiban sosialnya. Dengan mengidentifikasi peran penting tanggungjawab sosial dalam mendukung nilai perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan hubungan positif dengan pemangku kepentingan, termasuk investor. Perusahaan yang memiliki GCG yang bagus, dan profit yang meningkat serta tanggung jawab sosial yang terpenuhi akan lebih mampu menarik investasi, memperbesar modal, dan mempertahankan daya saing dalam jangka panjang.

2. Bagi Pemerintah atau Pembuat Kebijakan

Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan, baik di tingkat perusahaan, industri, maupun pemerintah, terkait pentingnya penerapan GCG, mekanisme Profitabilitas dan tanggung jawab sosial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan bertanggung jawab. diharapkan Kebijakan yang menunjang praktik GCG yang baik bisa dirumuskan dengan menggunakan hasil penelitian ini, serta mendorong lebih banyak perusahaan untuk melaporkan dampak sosial dan lingkungannya

secara transparan, yang pada gilirannya berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

3. Bagi Masyarakat

kajian ini juga bisa memberikan kegunaan bagi masyarakat luas dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam operasi bisnis. Dengan memahami bagaimana perusahaan dapat menjalankan praktek GCG yang baik dan laporan keberlanjutan yang kredibel, masyarakat dan konsumen akan lebih cerdas dalam memilih produk atau layanan yang berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dan sosial. Hal ini bisa membuat perusahaan agar semakin bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan operasinya, yang pada akhirnya berdampak positif pada kualitas hidup dan lingkungan

