

**PENGARUH PROFITABILITAS,UKURAN PERUSAHAAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,DAN STRUKTUR MODAL
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2024-2025**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S,Ak)
Pada Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH:

M FARID KURNIAWAN

NPM: 2212020176

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2026**

Skripsi oleh:
M FARID KURNIAWAN
NPM: 212020176

Judul:
**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN STRUKTUR MODAL
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR BEI PERIODE 2024-2025**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 24 Juli 2026

Dosen Pembimbing I



Dra. Puji Astuti, MM., MSL., AK., CA
NIDN. 0710106402

Dosen Pembimbing II



Andy Kurniawan, S.E., M.Ak.
NIDN. 0719128604

Skripsi oleh:

M FARID KURNIAWAN

NPM: 212020176

Judul:

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN STRUKTUR MODAL
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR BEI PERIODE 2024-2025.**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri
Pada Tanggal: 24 Juli 2026

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua

: Dra. Puji Astuti., MM., MSI., AK., CA

2. Penguji I

: Diah Nurdiwaty, S.E., M.SA

3. Penguji II

: Andy Kurniawan, S.E, M.Ak.

Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amri Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : M Farid Kurniawan
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk, 09 Oktober 2003
NPM : 2212020176
Fak/Jur/Prodi. : FEB/ S1 Akuntansi

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 24 Juli 2026

Yang Menyatakan



M FARID KURNIAWAN
NPM. 2212020176

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Langit tidak pernah terburu-buru menurunkan hujan, begitu pula impian;
semuanya akan datang pada waktu yang telah ditetapkan."

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, yang cintanya menjadi tempat pulang dan doanya menjadi penguat langkah. Kepada dosen pembimbing, keluarga, pasangan dan sahabat yang telah menjadi bagian dari setiap proses. Kepada Almamater tercinta, Universitas Nusantara PGRI Kediri, yang telah membuka jalan bagi lahirnya mimpi dan harapan. Serta kepada diri saya sendiri, yang telah belajar bahwa setiap perjuangan adalah bagian dari pertumbuhan.

ABSTRAK

M Farid Kurniawan : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2024–2025. Skripsi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri 2026.

Kata Kunci: profitabilitas, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*, struktur modal, nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, Corporate Social Responsibility, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2024–2025, mengingat nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan serta masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh keempat variabel tersebut, baik dari sisi hasil empiris, konteks sektoral, maupun variabel pemoderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan yang diperoleh dari situs resmi BEI dan laman resmi masing-masing perusahaan, dengan populasi 95 perusahaan selama periode 2024–2025, dan melalui purposive sampling diperoleh 37 perusahaan dengan 74 unit analisis. Profitabilitas diukur dengan Return on Assets, ukuran perusahaan dengan logaritma natural total aset, CSR dengan indeks pengungkapan GRI, struktur modal dengan Debt to Equity Ratio, dan nilai perusahaan dengan Price to Book Value, dianalisis menggunakan regresi data panel yang didahului uji asumsi klasik dan dilanjutkan uji t, uji F, serta koefisien determinasi (Adjusted R²). Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pengaruh keempat variabel tersebut terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan, sekaligus memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu akuntansi keuangan dan pasar modal serta kontribusi praktis bagi manajemen dan investor dalam pengambilan keputusan. Saran dari peneliti agar manajemen lebih memperhatikan pengelolaan profitabilitas, struktur modal, dan pengungkapan CSR guna meningkatkan nilai perusahaan, investor mempertimbangkan keempat faktor tersebut dalam pengambilan keputusan investasi, serta peneliti selanjutnya menambah variabel, memperluas periode, dan memperluas sektor penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmad dan karunianya proposal ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu bagian dari rencana penelitian guna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Akuntansi.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si, selaku Dekan Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Sigit Puji Winarko, S.E., S.Pd., M.Ak, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dra. Puji Astuti., MM., MSI., AK., CA, selaku dosen pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran-saran kepada penulis.
5. Andy kurniawan, S.E, M.Ak. selaku dosen pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran-saran kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan baik dari segi spiritual maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam berbagai hal selama penyusunan skripsi ini.
9. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 24 juli 2026



M FARID KURNIAWAN

NPM: 2212002176

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Teori dan Penelitian Terdahulu	16
1. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Nilai Perusahaan.....	16
2. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Profitabilitas.....	22
3. faktor faktor yang mempengaruhi profitabilitas.....	25
4. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Ukuran Perusahaan.....	27
5. faktor faktor yang mempengaruhi ukuran perusahaan.	29
6. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Corporate Social Responsibility.....	30
7. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Struktur Modal	34
B. Kerangka Berpikir	37
C. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Desain Penelitian.....	42
B. Definisi Operasional Variabe	43

1. Profitabilitas (X1).....	43
2. Ukuran Perusahaan (X2).....	43
3. Corporate Social Responsibility (CSR) (X3).....	44
4. Struktur Modal (X4)	44
5. Nilai Perusahaan (Y)	44
C. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	45
D. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel	46
E. Prosedur Penelitian.....	47
1. Tahapan Awal	47
2. Tahap Pelaksanaan.....	47
3. Tahap Akhir	48
F. Teknik Analisis Data	49
1. Statistik Deskriptif.....	50
2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4. Uji Koefisien Determinasi	54
5. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Hasil Penelitian	57
1. Gambaran Umum Subjek Penelitian	57
2. Deskripsi Data Variabel	64
3. Analisis data dan Interpretasi	79
B. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP.....	101
A. Simpulan	101
B. Implikasi Penelitian.....	101
C. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
Lampiran.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Penentuan jumlah sampel penelitian	46
Tabel 3.3 Tabel pengambilan keputusan Uji Durbin-Watson terhadap Autokorelasi	53
Tabel 4. 1 Data Nilai Perusahaan.....	64
Tabel 4. 2 Data Profitabilitas	66
Tabel 4. 3 Data Ukuran Perusahaan.....	68
Tabel 4. 4 Pengungkapan CSR pada PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) tahun 2025.....	69
Tabel 4. 5 Data Corporate Social Responsibility (CSR)	77
Tabel 4. 6 Data Struktur Modal	78
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	80
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas setelah pengurangan <i>Outlier</i>	84
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4. 11 Heteroskedastisitas	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi.....	87
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	92
Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikansi Simultan (uji F)	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	40
Gambar 3.1 Bagan Prosedur Penelitian	49
Gambar 4. 1 Ikhtisar Saham	58
Gambar 4. 2 Jumlah Saham Beredar	58
Gambar 4. 3 Total Ekuitas	59
Gambar 4. 4 Laba Bersih	62
Gambar 4. 5 Total Aset.....	63
Gambar 4. 6 Total Aset.....	65
Gambar 4. 7 Total Liabilitas dan Total Ekuitas	76
Gambar 4. 8 <i>Boxplot</i> Residual Sebelum Outlier.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data Hasil Penelitian	109
Lampiran 2 Output Hasil Penelitian SPSS	110
Lampiran 3 Laporan Keuangan	114
Lampiran 4 Kartu Bimbingan.....	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang semakin kompetitif, sektor manufaktur menghadapi tantangan yang kompleks dan beragam, baik dari sisi perubahan preferensi konsumen, kemajuan teknologi, maupun tuntutan efisiensi operasional. Globalisasi telah mendorong munculnya tekanan terhadap perusahaan untuk melakukan inovasi dan efisiensi dalam produksi serta adaptasi terhadap digitalisasi yang semakin masif. Dalam konteks ini, praktik tata kelola perusahaan yang baik dan tanggung jawab sosial menjadi perhatian penting bagi pemangku kepentingan. Menurut Harmana (2021), implementasi *Good Corporate Governance* dan pengelolaan struktur modal yang tepat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan secara signifikan. Penerapan prinsip keberlanjutan juga menjadi bagian dari strategi jangka panjang perusahaan modern. Para investor kini semakin mempertimbangkan faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh sebab itu, perusahaan dengan praktik keberlanjutan yang baik cenderung memiliki reputasi lebih tinggi di mata publik. Peningkatan nilai perusahaan kini tidak hanya ditentukan oleh profitabilitas, tetapi juga oleh integrasi antara aspek keuangan dan non-keuangan. Dinamika global tersebut memengaruhi arah kebijakan dan kinerja industri manufaktur di berbagai negara termasuk Indonesia (Harmana, 2021).

Di Indonesia, sektor industri barang konsumsi memiliki posisi strategis karena berperan penting dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Industri ini juga merupakan penyerap tenaga kerja yang signifikan dan berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). Suryanti, N. W., Widnyana, I. W., dan Sukadana, I. W. (2022) menjelaskan bahwa sektor barang konsumsi menjadi salah satu barometer utama stabilitas ekonomi karena ketergantungannya terhadap daya beli masyarakat. Selain itu, perkembangan sektor ini juga mencerminkan daya tahan ekonomi nasional terhadap krisis global. Kinerja

perusahaan dalam sektor barang konsumsi memberikan gambaran bagaimana efisiensi manajerial dan strategi finansial diterapkan. Oleh karena itu, industri ini sering dijadikan objek penelitian untuk memahami pengaruh variabel keuangan terhadap nilai perusahaan. Dalam konteks pasar modal, kinerja sektor konsumsi juga sering digunakan sebagai indikator daya saing industri domestik. Menurut Suryanti *et al.* (2022), perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam pengelolaan modal dan CSR cenderung mendapatkan kepercayaan lebih tinggi dari investor.

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menghadapi ekspektasi investor yang semakin besar terhadap transparansi, kinerja keuangan, dan praktik keberlanjutan. Nilai perusahaan (*firm value*) menjadi indikator utama yang digunakan pasar untuk menilai seberapa baik prospek dan risiko suatu entitas. Vera, V., Noviaty, H., dan Karpriana, A. P. (2023) menyatakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan pandangan pasar terhadap efektivitas strategi perusahaan dalam menciptakan nilai jangka panjang. Profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR, dan struktur modal sering kali diidentifikasi sebagai faktor utama yang memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Investor memandang profitabilitas sebagai cerminan efisiensi operasional dan kapasitas perusahaan menghasilkan arus kas di masa depan. Ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal kekuatan finansial dan kemampuan menghadapi risiko eksternal. Sedangkan CSR dan struktur modal berperan dalam menunjukkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan efisiensi pendanaan. Oleh karena itu, hubungan keempat variabel ini dengan nilai perusahaan menjadi topik penting dalam riset keuangan modern (Vera *et al.*, 2023).

Permasalahan mengenai nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi bukan sekadar isu teoretis, melainkan tercermin dari kondisi riil yang dihadapi perusahaan-perusahaan yang menjadi objek penelitian ini. Badan Pusat Statistik (2024) mencatat bahwa jumlah penduduk kelas menengah, kelompok yang menyumbang lebih dari 80 persen konsumsi rumah tangga nasional, menyusut dari 57,33 juta jiwa pada tahun 2019 menjadi 47,85 juta jiwa pada tahun 2024, sebuah tren yang mengindikasikan pelemahan daya beli konsumen terhadap produk-produk barang konsumsi secara berkelanjutan. Pelemahan daya beli

tersebut turut membebani kinerja pasar saham emiten sektor konsumsi. Virasma (2025) melaporkan bahwa indeks IDX Consumer Non-Cyclicals justru mencatatkan kinerja negatif sepanjang tahun berjalan 2025, berbanding terbalik dengan sepuluh indeks sektoral lain yang seluruhnya menguat, dengan saham emiten besar seperti PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT), PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) masing-masing terkoreksi puluhan persen akibat tekanan daya beli masyarakat dan kenaikan biaya bahan baku impor. Kondisi ini menegaskan bahwa pergerakan harga saham, yang menjadi komponen utama pembentuk *Price to Book Value* (PBV) sebagai proksi nilai perusahaan, tidak semata-mata ditentukan oleh kinerja keuangan internal seperti profitabilitas dan struktur modal, tetapi juga oleh tekanan eksternal berupa pelemahan daya beli masyarakat. Dengan demikian, permasalahan menurunnya nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi menjadi isu aktual yang penting dan relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Nilai perusahaan adalah gambaran mengenai tingkat keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham yang tercermin melalui penilaian pasar terhadap kinerja perusahaan (Agustin *et al.*, 2024). Nilai perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, mengelola sumber daya secara efektif, serta mempertahankan keberlangsungan usaha di masa mendatang. Dalam manajemen keuangan, nilai perusahaan menjadi indikator penting karena mencerminkan hasil dari keputusan perusahaan terkait investasi, pendanaan, dan pengelolaan aset (Patriandari & Putri, 2021). Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin baik pula persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama perusahaan karena berkaitan dengan kepercayaan investor serta peningkatan kesejahteraan pemegang saham secara berkelanjutan.

Selain itu, Nilai perusahaan memiliki peran yang penting bagi perusahaan maupun investor karena berkaitan dengan tingkat kesejahteraan pemegang saham. Perusahaan dengan nilai yang tinggi cenderung lebih mudah memperoleh kepercayaan investor dan memiliki daya tarik yang lebih besar di pasar modal.

Selain itu, tingginya nilai perusahaan juga mencerminkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan stabilitas usaha serta memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa mendatang (Masaylina et al., 2022). Dengan demikian, peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui berbagai kebijakan dan strategi keuangan yang diterapkan.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham perusahaan (Masaylina et al., 2022). Rasio ini digunakan untuk menggambarkan seberapa besar pasar memberikan penilaian terhadap nilai ekuitas yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV, maka semakin tinggi pula penilaian investor terhadap perusahaan karena pasar menilai bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan dan kemampuan menghasilkan kinerja yang baik di masa mendatang (Ana & Wibowo, 2025). Sebaliknya, nilai PBV yang rendah menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap kondisi dan prospek perusahaan.

Selain itu, PBV juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dari modal yang dimiliki sehingga rasio ini sering digunakan dalam penelitian keuangan dan pasar modal untuk mengukur tingkat kemakmuran pemegang saham (Agustin et al., 2024). PBV dinilai lebih representatif dalam mengukur nilai perusahaan karena tidak hanya memperhatikan kondisi internal perusahaan, tetapi juga mencerminkan respons pasar terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, PBV dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai nilai perusahaan karena tidak hanya melihat besarnya aset perusahaan, tetapi juga bagaimana pasar memberikan apresiasi terhadap kinerja dan prospek perusahaan tersebut.

Selain itu, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, mengelola sumber daya, mempertahankan keberlanjutan usaha,

serta menjalankan kebijakan keuangan secara efektif. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diduga memengaruhi nilai perusahaan meliputi profitabilitas, ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan struktur modal. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, ukuran perusahaan menunjukkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan, CSR menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sedangkan struktur modal berkaitan dengan kebijakan pendanaan perusahaan dalam menggunakan utang dan modal sendiri. Keempat faktor tersebut dinilai memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan nilai perusahaan karena dapat memengaruhi persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan

Salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimilikinya, sekaligus mencerminkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola aset dan operasional perusahaan secara keseluruhan. Lase et al. (2022) mendefinisikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya, di mana semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin besar laba yang mampu dihasilkan perusahaan.

Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, profitabilitas memegang peran yang sangat penting. Wijaya & Yasa (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan efisiensi serta stabilitas operasional. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung menunjukkan nilai perusahaan yang meningkat, sehingga profitabilitas menjadi salah satu faktor utama yang diperhatikan investor dalam menilai prospek suatu perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori *signalling*, yang menyatakan bahwa tingginya profitabilitas merupakan sinyal kualitas bagi pasar mengenai kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga tidak dapat dilepaskan dari struktur pembiayaan yang diterapkan. Perusahaan dengan tingkat utang yang besar mungkin masih dapat mencatat profitabilitas yang

tinggi, namun hal tersebut diimbangi oleh risiko kebangkrutan yang turut meningkat. Oleh sebab itu, manajemen keuangan dituntut untuk menjaga keseimbangan antara penggunaan utang dan kemampuan menghasilkan laba agar nilai perusahaan dapat terjaga secara berkelanjutan.

Di sisi lain, profitabilitas juga berperan dalam memperkuat hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar kapasitas perusahaan untuk mendanai kegiatan CSR yang produktif, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan di mata pemangku kepentingan (Wijaya & Yasa, 2022).

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, hasil yang diperoleh hingga saat ini masih menunjukkan inkonsistensi yang signifikan. Inkonsistensi tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga dimensi kesenjangan, yakni kesenjangan hasil empiris, kesenjangan konteks sektoral, dan kesenjangan variabel pemoderasi. Sebagian besar penelitian menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Wijaya & Yasa (2022) serta Waruwu et al. (2020) menegaskan bahwa perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi akan dinilai lebih baik oleh pasar, sehingga nilai perusahaannya meningkat. Simanjuntak & Siahaan (2024) juga membuktikan secara empiris bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Namun, profitabilitas yang diproksikan dengan *6ndustry6 Assets* (ROA) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Senada dengan itu, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara struktur modal justru menjadi faktor yang dominan. Temuan Lilia et al. (2020) pun sejalan dengan hasil-hasil tersebut. Inkonsistensi antara hasil penelitian terdahulu ini merupakan fenomena yang perlu diselidiki lebih lanjut untuk mengungkap faktor-faktor yang menentukan kekuatan hubungan tersebut. sejumlah penelitian lain justru menemukan hasil yang berlawanan. Pada perusahaan sektor *healthcare* yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.

Selain profitabilitas, Ukuran perusahaan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan. ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan sejumlah indikator finansial. Brigham & Houston (2018) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditinjau berdasarkan total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dan indikator lainnya. Dalam praktik penelitian untuk pengukurannya, ukuran perusahaan umumnya diproksikan melalui logaritma natural dari total aset, karena transformasi ini dinilai mampu mengurangi fluktuasi data yang berlebih sekaligus menyeragamkan skala pengukuran dengan variabel lainnya.

Selain itu, Ukuran perusahaan memegang peranan penting dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Semakin besar skala perusahaan, semakin mudah pula perusahaan tersebut memperoleh modal investasi dan kepercayaan dari investor, sehingga dianggap dikelola lebih baik dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Hal ini sejalan dengan *signaling theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan besar memberikan sinyal yang baik bagi investor, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan besar umumnya memiliki ketahanan yang lebih kuat dalam menghadapi tekanan ekonomi dan fluktuasi pasar, karena cadangan sumber daya—baik finansial maupun operasional—yang dimilikinya memungkinkan fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menyesuaikan strategi bisnis, termasuk diversifikasi produk maupun efisiensi operasional (Zahra, 2024).

Berbagai penelitian empiris mencerminkan inkonsistensi tersebut. Susesti & Wahyuningtyas (2022) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rendy & Sudirgo (2023) serta Syahrani et al. (2023) juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Dinayu et al. (2020) dan Kharim & Hwihanus (2024) menemukan pengaruh negatif, yang mengindikasikan adanya inefisiensi pada perusahaan berskala besar. Burhan & Bagana (2024) serta Avelyn & Syofyan (2023) bahkan menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan hasil yang belum konsisten baik ketika diposisikan sebagai variabel

independen maupun variabel moderasi. Keragaman temuan ini menegaskan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan bersifat kontekstual dan perlu dianalisis bersama variabel-variabel lain seperti profitabilitas dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif.

Selanjutnya ada *corporate social responsibility* (CSR) yang menjadi faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan. Keberlangsungan usaha suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola bisnisnya dengan mempertimbangkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk lingkungan, masyarakat, karyawan, dan komunitas setempat (Cahya, 2022).

Sejalan dengan teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*), perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang terdampak oleh aktivitas operasionalnya. Konsep CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak semata-mata berorientasi pada perolehan laba, tetapi juga mencakup tanggung jawab terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitar. Implikasi dari pandangan ini adalah bahwa semakin besar skala operasional perusahaan, semakin besar pula potensi dampak negatif yang ditimbulkan, sehingga pelaksanaan CSR yang konsisten dan terstruktur menjadi semakin krusial.

Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, CSR berperan sebagai instrumen strategis yang dapat memengaruhi persepsi pasar. CSR yang dilakukan secara teratur dan berfokus pada kebutuhan sosial dan lingkungan memiliki potensi untuk meningkatkan nilai saham, menarik minat investor, dan memperkuat pengelolaan risiko perusahaan. Amani et al. (2022) menegaskan bahwa CSR memiliki dampak ganda: di satu sisi meningkatkan reputasi dan loyalitas konsumen, namun di sisi lain dapat menambah beban biaya dalam jangka pendek. Lebih jauh, Amani et al. (2022) juga menemukan bahwa CSR berperan dalam memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, sehingga CSR tidak hanya berfungsi sebagai variabel mandiri, tetapi

juga sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel lain dalam model keuangan.

Meskipun secara teoritis CSR diyakini berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian empiris menunjukkan inkonsistensi yang signifikan. Cristofel & Kurniawati (2021) serta Hanen et al. (2023) membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan argumen bahwa upaya perbaikan sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan diapresiasi oleh investor sebagai sinyal kinerja jangka panjang yang baik. Penelitian pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia juga menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sebaliknya, Anggraeni & Susilo (2022) menemukan pengaruh negatif CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian pada perusahaan makanan dan minuman di masa pandemi bahkan menemukan pengaruh negatif signifikan dari pengungkapan CSR, yang mencerminkan persepsi investor bahwa pengeluaran CSR di tengah ketidakpastian ekonomi merupakan beban yang tidak produktif. Di sisi lain, penelitian lain menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa efektivitas CSR sangat bergantung pada kualitas transparansi pelaporan dan konteks industri tempat perusahaan beroperasi.

Lebih lanjut, Struktur modal merupakan salah satu faktor penentu utama nilai perusahaan karena mencerminkan kebijakan pembiayaan serta tingkat risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Struktur modal didefinisikan sebagai komposisi sumber pendanaan perusahaan antara utang dan ekuitas, di mana semakin tinggi proporsi utang mengindikasikan perusahaan lebih banyak mengandalkan sumber dana eksternal daripada dana internal untuk membiayai aktivitas operasionalnya (Mudjijah et al., 2019). Dalam pengukurannya, struktur modal umumnya diproksikan menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER), yang mencerminkan perbandingan antara total utang dan total ekuitas perusahaan.

Secara teoritis, hubungan antara struktur modal dan nilai perusahaan dijelaskan melalui teori keseimbangan (*trade-off theory*). Teori ini menyatakan

bahwa penggunaan utang berpengaruh secara tidak linear terhadap nilai perusahaan, sehingga terdapat titik optimal di mana manfaat pajak dari bunga utang mampu mengimbangi risiko kesulitan keuangan yang ditimbulkan. Dengan demikian, perusahaan yang berada di bawah batas optimal penggunaan utang masih dapat meningkatkan nilainya melalui pemanfaatan utang secara terukur, sementara penggunaan utang yang melampaui batas optimal justru akan meningkatkan risiko kebangkrutan dan menurunkan kepercayaan investor.

Selain itu, Pengelolaan struktur modal yang proporsional antara utang dan ekuitas dinilai mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Optimalisasi struktur modal, yakni penggabungan antara utang dan ekuitas secara seimbang, memiliki fungsi yang sangat penting dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Radja et al. (2023) menegaskan bahwa pada sektor makanan dan minuman, struktur modal yang dikelola secara efisien melalui kombinasi utang jangka panjang dan modal sendiri yang proporsional terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, sejalan dengan teori sinyal, keputusan keuangan perusahaan termasuk kebijakan struktur modal memberikan sinyal kepada investor mengenai kondisi dan prospek bisnis perusahaan ke depan. Sebaliknya, struktur modal yang terlalu konservatif dapat membatasi kapasitas pertumbuhan, sementara penggunaan utang yang berlebihan meningkatkan risiko finansial dan berpotensi mengikis nilai perusahaan di mata pasar.

Meskipun secara teoritis struktur modal memiliki hubungan yang erat dengan nilai perusahaan, hasil penelitian empiris menunjukkan inkonsistensi yang substansial. Rosalia et al. (2022) dan Kharim & Hwihanus (2024) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021–2023 juga menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, penelitian lain membuktikan bahwa struktur modal dan kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen terbukti mampu memoderasi pengaruh struktur modal tersebut.

Namun, sejumlah penelitian menemukan hasil yang bertolak belakang. Dewi & Yani (2022) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh tidak

positif terhadap nilai perusahaan, dengan argumentasi bahwa peningkatan utang justru menurunkan nilai perusahaan karena risiko keuangan yang lebih tinggi menggerus kepercayaan investor. Penelitian pada perusahaan sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang terdaftar di BEI periode 2019–2022 bahkan menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Dinayu et al. (2020) dan Yulianti et al. (2022) menemukan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan temuan serupa pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI, di mana struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan meskipun ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan.

Urgensi penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang menganalisis profitabilitas, ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan struktur modal secara simultan terhadap nilai perusahaan dalam satu model terpadu, serta masih terdapatnya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya celah empiris yang perlu diselesaikan. Di sisi kontekstual, sektor barang konsumsi memiliki karakteristik unik berupa sensitivitas tinggi terhadap perilaku konsumen dan fluktuasi daya beli, sehingga kajian yang secara khusus berfokus pada sektor ini masih terbatas. Oleh karena itu, temuan penelitian ini diharapkan menjadi landasan empiris bagi manajemen, investor, maupun regulator dalam pengambilan keputusan yang berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengatasi kesenjangan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* (CSR), dan struktur modal terhadap nilai perusahaan, yang selama ini cenderung diuji secara terpisah atau hanya sebagian variabel dalam satu model, sehingga hasilnya rentan bias akibat pengaruh variabel relevan lain yang tidak turut dikontrol. Berbeda dari pendekatan tersebut, penelitian ini menguji keempat variabel finansial dan non-finansial secara bersamaan dalam satu model regresi, sehingga mampu mengidentifikasi apakah pengaruh masing-masing variabel tetap konsisten atau justru berubah ketika variabel lain diperhitungkan, dan dengan demikian memberikan penjelasan yang lebih mendasar atas inkonsistensi temuan penelitian-penelitian

sebelumnya. Kebaruan ini diperkuat oleh belum adanya penelitian yang menguji kombinasi keempat variabel tersebut secara langsung, tanpa peran moderasi maupun intervening, pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2024–2025, sektor yang memiliki karakteristik sensitivitas tinggi terhadap perilaku konsumen dan daya beli, serta berada pada periode pemulihan ekonomi pasca-pandemi yang secara kondisi pasar berbeda dari periode-periode yang dikaji penelitian terdahulu. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar memperbarui titik data, tetapi memberikan bukti empiris yang lebih terkontrol mengenai determinan nilai perusahaan pada konteks sektoral dan temporal yang spesifik, sekaligus menjadi landasan bagi manajemen, investor, dan regulator dalam pengambilan keputusan yang berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Guna menjawab kebaruan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2024–2025, yang diperoleh melalui situs resmi idx.co.id. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu guna memastikan relevansi dan kelengkapan data. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan kelayakan model. Pengujian hipotesis selanjutnya dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan bukti empiris yang sistematis, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi secara aktual dan komprehensif.

B. Rumusan Masalah

Dalam dinamika global dan nasional, kinerja perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menjaga profitabilitas, mengelola ukuran secara efisien, menerapkan tanggung jawab sosial (CSR), dan mengatur struktur modal secara optimal akan memperoleh kepercayaan dari investor serta meningkatkan nilai pasar. Namun, berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu, pengaruh antara profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hal ini menandakan perlunya kajian empiris lebih lanjut terhadap hubungan antarvariabel tersebut dalam konteks perusahaan manufaktur Indonesia pasca-pandemi 2024–2025.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025?
2. Apakah ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh secara terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025?
4. Apakah struktur modal secara parsial berpengaruh secara terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025?
5. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*, dan struktur modal secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris dan analisis mendalam mengenai pengaruh faktor-faktor keuangan dan non-keuangan terhadap nilai perusahaan dalam sektor manufaktur barang konsumsi di Indonesia.

1. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025.
2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025.
3. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2024–2025.
5. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub-sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2024–2025.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun teoritis bagi:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu akuntansi, khususnya pada bidang akuntansi keuangan dan pasar modal, dengan memperkaya kajian empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini dapat memperkuat dan menguji relevansi teori-teori

yang berkaitan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, serta struktur modal dalam menjelaskan perilaku nilai perusahaan.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan rujukan akademik bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji topik sejenis. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan, pengembangan variabel, maupun perluasan periode dan objek penelitian dalam rangka menghasilkan temuan empiris yang lebih komprehensif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan strategis, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan. Manajemen dapat memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai dasar dalam mengelola profitabilitas, menentukan struktur modal yang optimal, serta mengimplementasikan program tanggung jawab sosial perusahaan secara efektif dan berkelanjutan.

b. Bagi Investor Dan Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan investasi, sehingga keputusan investasi yang diambil menjadi lebih rasional dan berbasis data empiris.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, N., Mulyati, M., & Asmawati, A. (2023). Pengaruh CSR, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *JAM (Jurnal Akuntansi & Manajemen)*, 4(1).
- Amani, T., Abdatul 'Asyiroh, V., & Vidiyastutik, E. D. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 20(2).
- Ariani, D., Muthmainnah, M., & Ponto, S. (2024). Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(2), 125–140.
- Aisyah, S., dkk. (2023). Pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kelas Menengah Indonesia Krusial sebagai Bantalan Ekonomi Nasional*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/news/2024/10/25/622/kelas-menengah-indonesia-krusial-sebagai-bantalan-ekonomi-nasional>.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi 14). Jakarta: Salemba Empat.
- Cahya, R. A. (2022). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Sebagai Upaya Dalam Pembinaan Lingkungan Dan Kemitraan. *JIM: Journal Of International Management*, 1(1), 43–54.
- Cheryta, A. M., Moeljadi, D. N. K. A., & Indrawati, K. (2017). The effect of leverage, profitability, information asymmetry, firm size on cash holding and firm value of manufacturing firms listed at Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4(4), 21-31.
- Dara, L. S., Kadir, K., & Nailiah, R. (2023). Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas

- terhadap earning response coefficient. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(10).
- Devanti, D. A., Sugiharto, S., & Prihadyatama, A. (2023). Analisis pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di BEI. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 246-253.
- Dewangga, A. A. B. D. P., & Mintara, I. G. N. (2025). Mengungkap hubungan kontingensi: Systematic Literature Review atas dampak pengungkapan CSR terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak dan Informasi (JAKPI)*, 5(2), 320–333.
- Dewi, A. S. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI: PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2020-2022. *Journal of Accounting and Management's Student*, 1(1).
- Firmansyah, D., Surasni, N. K., & Pancawati, S. (2020). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1).
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanen, et al. (2023). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi.
- Harmana, I. M. D. (2021). Meningkatkan nilai perusahaan melalui struktur modal dan good corporate governance. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 8(2).
- Irdawati, I., Abbas, D. S., & Hidayat, I. (2022). Pengaruh corporate social responsibility, struktur modal, enterprise risk management dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal EBISMEN*.
- Lestari, F., Nedia, N., & Anggraini, P. (2024). Systematic literature review: Pengaruh kinerja lingkungan, leverage, likuiditas, dan profitabilitas terhadap pengungkapan csr di pertambangan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan*, 1(4), 536-547.
- Nurhaliza, dkk. (2023). Pengaruh likuiditas terhadap corporate social responsibility perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.

- Pambudi, S. G., & Meini, Z. (2023). The Effects Of Profitability, Liquidity And Firm Size On Firm Value, With Sustainability Report As The Moderating Variable. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 318-326.
- Putri, M. E., & Sunarto, S. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 246-256.
- Radja, M. J., Rahman, R., Stambul, I., Anto, A., & Suharni, S. (2023). Struktur modal, kinerja keuangan dan nilai perusahaan. *BJRM (Bongaya Journal For Research in Management)*, 7(1).
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Corporate social responsibility dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Aktual, Universitas Mataram*.
- Rendy, R., & Sudirgo, T. (2023). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 5(2), 1003-1014.
- Rahmawati, & Kurniawan. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Suryanti, N. W., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2022). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik yang terdaftar di indeks KOMPAS 100 BEI. *EMAS*, 6(8).
- Sugiyono, (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 3)*. Alfabeta
- Sari, D., & Lestari, W. (2023). Pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Negeri Surabaya (AKUNESA)*.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.

- Turrohma, Z. A., & Sudiyatno, B. (2023). Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Sistem Akuntansi (JESYA)*.
- Utami, R., & Nugroho, A. (2024). Pengaruh likuiditas terhadap struktur modal perusahaan. Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen
- Vera, V., Noviarty, H., & Karpriana, A. P. (2023). Determinan nilai perusahaan pada sektor industri konsumsi yang terdaftar di BEI dengan ukuran perusahaan sebagai moderasi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, n.n.*
- Virasma, R. (2025). *Daya Beli Lesu Bikin Kinerja Indeks Konsumer Non Siklikal Layu, Ini Rekomendasinya*. Kontan.co.id. Diakses dari <https://investasi.kontan.co.id/news/daya-beli-lesu-bikin-kinerja-indeks-konsumer>.
- Widyawati, N., & Aris, M. A. (2023). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi BEI 2020–2022). *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5*(1).
- Wijaya, D. K., & Yasa, I. N. P. (2022). Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019–2020. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi), 13*(04).
- Wulandari, C. D., & Damayanti, T. (2022). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.
- Wulandari, P., & Setiawan, A. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Accounting Analysis Journal (AAJ)*.
- Yusmaniarti, Y., Sumarlan, A., & Astuti, B. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi CSR. *Economic Review Journal*.
- Yuwono, W., & Sonata, V. (2023). Analisis pengaruh profitabilitas, utang, CSR, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan aneka industri.
- Wulandari, P., & Setiawan, A. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Accounting Analysis Journal (AAJ)*.