

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME



Universitas Nusantara PGRI Kediri
UPT. PERPUSTAKAAN, PUBLIKASI DAN INOVASI
Alamat: Kampus 1, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76 Kota Kediri 64112
Telp. (0354) 771576, (0354) 771503, (0354) 771495, Fax. (0354) 771576
Website: <http://ppi.unpkediri.ac.id/> Email: perpustakaan@unpkediri.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS SIMILARITY

Ketua UPT Perpustakaan, Publikasi dan Inovasi Universitas Nusantara PGRI Kediri menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama Mahasiswa : Yuliana
NPM : 2212020145
Program Studi : S1-Akuntansi

Judul Karya Ilmiah:

“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2023-2025”

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal 30% *similarity* sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada setiap subbab naskah Laporan **Tugas Akhir/Skripsi/Tesis** yang disusun.

Demikian Surat Keterangan ini kami berikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.



Kediri, 01 Juli 2026
Ka UPT PPI,

Dr. Abdul Aziz Hunaifi, M.A

Turnitin LLCC

Yuliana_2212020145_Akuntansi

 AK-05

Document Details

Submission ID

trn:oid:::2945:396502706

Submission Date

Jul 1, 2026, 10:36 AM GMT+7

Download Date

Jul 1, 2026, 10:39 AM GMT+7

File Name

Yuliana_2212020145_Akuntansi.pdf

File Size

965.0 KB

98 Pages

20,438 Words

144,568 Characters

30% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 6%  Publications
- 30%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 6%  Publications
- 30%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers	Universitas 17 Agustus 1945 Semarang on 2026-06-26	2%
2	Student papers	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2023-09-19	2%
3	Student papers	Universitas Riau on 2026-05-25	1%
4	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-05-21	1%
5	Student papers	UPN Veteran Jakarta on 2024-11-17	1%
6	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-04-07	1%
7	Student papers	Universitas Islam Riau on 2026-06-25	<1%
8	Student papers	Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2024-11-19	<1%
9	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-06-15	<1%
10	Student papers	LPPM on 2026-01-30	<1%
11	Student papers	Universitas Bengkulu on 2023-07-18	<1%

12	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-04-06	<1%
13	Student papers	LPPM on 2026-01-29	<1%
14	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-04-17	<1%
15	Student papers	Universitas Riau on 2024-12-27	<1%
16	Student papers	Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2024-11-13	<1%
17	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-04-25	<1%
18	Student papers	Universitas Andalas on 2026-01-19	<1%
19	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2026-06-19	<1%
20	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-01-21	<1%
21	Student papers	Universitas Riau on 2025-11-26	<1%
22	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-10-14	<1%
23	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-04-07	<1%
24	Internet	ejournal.upi.edu	<1%
25	Student papers	Pasundan University on 2025-06-26	<1%

26	Internet	ejournal.stiesia.ac.id	<1%
27	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-07-03	<1%
28	Student papers	UIN Sunan Gunung Djati Bandung on 2025-08-13	<1%
29	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-05-06	<1%
30	Student papers	Universitas Jambi on 2026-04-15	<1%
31	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-03-03	<1%
32	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-04-14	<1%
33	Student papers	Universitas Raharja on 2026-06-30	<1%
34	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-05-05	<1%
35	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-04-18	<1%
36	Student papers	Universitas Raharja on 2025-12-10	<1%
37	Internet	123dok.com	<1%
38	Student papers	Pasundan University on 2026-06-26	<1%
39	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2026-06-18	<1%

40	Student papers	Universitas Raharja on 2026-04-20	<1%
41	Student papers	Universitas Pendidikan Ganesha on 2026-06-23	<1%
42	Student papers	Silpakorn University on 2023-10-25	<1%
43	Student papers	Universitas Bengkulu on 2023-06-05	<1%
44	Internet	repository.unissula.ac.id	<1%
45	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-10-06	<1%
46	Student papers	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2026-06-18	<1%
47	Student papers	Universitas Riau on 2025-11-19	<1%
48	Internet	repository.unpkediri.ac.id	<1%
49	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-12-29	<1%
50	Student papers	Tarumanagara University on 2026-06-12	<1%
51	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-04-17	<1%
52	Student papers	LPPM on 2025-08-08	<1%
53	Student papers	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2023-07-07	<1%

54	Student papers	Universitas Sains Alquran on 2025-07-10	<1%
55	Internet	id.123dok.com	<1%
56	Publication	Ristia Ristia, Addiarrahman Addiarrahman. "Pengaruh Profitabilitas dan Kebijaka...	<1%
57	Student papers	Tarumanagara University on 2026-06-15	<1%
58	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-05-12	<1%
59	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-05-02	<1%
60	Student papers	Universitas Raharja on 2026-06-30	<1%
61	Internet	repository.narotama.ac.id	<1%
62	Internet	openjournal.unpam.ac.id	<1%
63	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-03-04	<1%
64	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-05-21	<1%
65	Student papers	Universitas Diponegoro on 2016-08-31	<1%
66	Student papers	Universitas Muslim Indonesia on 2026-03-05	<1%
67	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2026-05-31	<1%

68	Student papers	Universitas Riau on 2026-06-15	<1%
69	Internet	repository.upiypk.ac.id	<1%
70	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-06-08	<1%
71	Student papers	Landmark University on 2023-09-05	<1%
72	Student papers	Universitas Muhammadiyah Jember on 2026-06-12	<1%
73	Student papers	LPPM on 2025-07-25	<1%
74	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-02-24	<1%
75	Student papers	Universitas Muhammadiyah Buton on 2024-06-03	<1%
76	Internet	eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id	<1%
77	Internet	www.coursehero.com	<1%
78	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-12-29	<1%
79	Student papers	Universitas Jambi on 2026-06-09	<1%
80	Student papers	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta on 2025-09-19	<1%
81	Student papers	Universitas PGRI Adi Buana Surabaya on 2026-01-13	<1%

82	Internet	docplayer.info	<1%
83	Publication	Fadillah Nur Rohmah, Darto Darto. "Determinan Nilai Perusahaan Sub Industri Fa...	<1%
84	Publication	Megawati Megawati, Usep Syaipudin, Retno Yuni Nur Susilowati. "The Relationshi...	<1%
85	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-04-09	<1%
86	Student papers	Universitas Riau on 2025-10-23	<1%
87	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-04-09	<1%
88	Student papers	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang on 2026-04-24	<1%
89	Student papers	Universitas Baiturrahmah on 2025-12-04	<1%
90	Student papers	Universitas Bengkulu on 2023-03-30	<1%
91	Student papers	Universitas Diponegoro on 2023-06-13	<1%
92	Student papers	Universitas Pendidikan Ganesha on 2025-07-05	<1%
93	Student papers	Universitas Riau on 2025-11-14	<1%
94	Student papers	Universitas Riau on 2025-12-01	<1%
95	Internet	digilib.uinkhas.ac.id	<1%

96	Student papers	Academic Library Consortium on 2024-01-15	<1%
97	Student papers	Business and Economics on 2026-04-28	<1%
98	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-04-21	<1%
99	Student papers	Universitas Bengkulu on 2026-04-06	<1%
100	Internet	dspace.uui.ac.id	<1%
101	Publication	Nurfitriani Nurfitriani, Mukhzarudfa Mukhzarudfa, Ilham Wahyudi. "PENGARUH ...	<1%
102	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-06-03	<1%
103	Student papers	Universitas Islam Lamongan on 2023-09-07	<1%
104	Student papers	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2023-08-18	<1%
105	Student papers	Universitas Negeri Padang on 2025-10-26	<1%
106	Publication	Galuh Putri Restya, Hendra Achmadi. "Determinan Kinerja Karyawan di Era Digit...	<1%
107	Student papers	LPPM on 2025-09-02	<1%
108	Student papers	LPPM on 2025-09-24	<1%
109	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-06-10	<1%

110	Student papers	University of North Carolina, Greensboro on 2023-11-13	<1%
111	Internet	mafiadoc.com	<1%
112	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-05-25	<1%
113	Student papers	Universitas Riau on 2025-10-08	<1%
114	Internet	adoc.tips	<1%
115	Internet	eco.ojs.co.id	<1%
116	Student papers	Fakultas Kedokteran Universitas Pattimura on 2026-06-08	<1%
117	Publication	Melyanti Simorangkir, Sugi Suhartono. "Analisis Kemampuan Manajemen Laba M...	<1%
118	Student papers	Perbanas Institute on 2025-10-02	<1%
119	Student papers	UIN Raden Intan Lampung on 2021-06-06	<1%
120	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-06-23	<1%
121	Student papers	Universitas Maritim Raja Ali Haji on 2025-01-15	<1%
122	Student papers	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta on 2023-03-16	<1%
123	Internet	digilib.unila.ac.id	<1%

124	Internet	eprints.unisbank.ac.id	<1%
125	Internet	repository.unhas.ac.id	<1%
126	Publication	Devina Enjelia, Lyandra Aisyah Margie. "Ukuran Perusahaan Memoderasi Corpor...	<1%
127	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-06-25	<1%
128	Student papers	Sriwijaya University on 2026-06-01	<1%
129	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-05-21	<1%
130	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-04-23	<1%
131	Student papers	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2025-11-27	<1%
132	Student papers	Universitas Pamulang on 2019-10-31	<1%
133	Student papers	Universitas Trunojoyo on 2026-06-12	<1%
134	Internet	ejournal.unhi.ac.id	<1%
135	Student papers	IAIN Kediri on 2026-04-06	<1%
136	Student papers	IAIN Purwokerto on 2024-10-18	<1%
137	Student papers	LPPM on 2025-08-13	<1%

138	Publication	Letri Delvita Sari, Gustia Harini, Nilma Desri Rosya. "Pengaruh current ratio, earni...	<1%
139	Student papers	Silpakorn University on 2023-10-25	<1%
140	Student papers	UIN Sunan Gunung Djati Bandung on 2025-10-07	<1%
141	Student papers	UPN Veteran Jawa Timur on 2026-04-30	<1%
142	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-01-26	<1%
143	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-05-21	<1%
144	Student papers	Universitas Riau on 2026-05-18	<1%
145	Internet	repository.umsu.ac.id	<1%
146	Student papers	Fakultas Kedokteran Universitas Pattimura on 2025-09-16	<1%
147	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-12-29	<1%
148	Student papers	Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta on 2025-07-21	<1%
149	Student papers	UIN Raden Intan Lampung on 2021-03-23	<1%
150	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-05-19	<1%
151	Student papers	Universitas 17 Agustus 1945 Semarang on 2026-06-29	<1%

152	Student papers	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya on 2023-12-06	<1%
153	Student papers	Universitas Baiturrahmah on 2025-12-11	<1%
154	Student papers	Universitas Diponegoro on 2023-06-08	<1%
155	Student papers	Universitas Islam Indonesia on 2025-07-16	<1%
156	Student papers	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2026-03-11	<1%
157	Student papers	Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2026-04-15	<1%
158	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2023-05-25	<1%
159	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2025-07-02	<1%
160	Student papers	Universitas Pelita Harapan on 2023-05-25	<1%
161	Student papers	Universitas Riau on 2026-03-09	<1%
162	Internet	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
163	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
164	Student papers	iGroup on 2014-12-03	<1%
165	Student papers	iGroup on 2017-05-09	<1%

166	Internet	lib.unnes.ac.id	<1%
167	Student papers	universitas-negerimakassar on 2024-09-02	<1%
168	Student papers	Binus University International on 2026-02-21	<1%
169	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-11-17	<1%
170	Student papers	Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus II on 2024-09-09	<1%
171	Student papers	LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part III on 2025-09-19	<1%
172	Student papers	LPPM on 2025-07-25	<1%
173	Student papers	Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta on 2024-07-18	<1%
174	Student papers	UPN Veteran Yogyakarta on 2026-06-03	<1%
175	Student papers	Universitas Diponegoro on 2017-02-21	<1%
176	Student papers	Universitas Diponegoro on 2020-12-18	<1%
177	Student papers	Universitas Diponegoro on 2023-02-13	<1%
178	Student papers	Universitas Diponegoro on 2023-06-09	<1%
179	Student papers	Universitas Hayam Wuruk Perbanas on 2026-02-03	<1%

180	Student papers	Universitas Islam Lamongan on 2023-09-08	<1%
181	Student papers	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar on 2026-03-08	<1%
182	Student papers	Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2025-10-22	<1%
183	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-06-23	<1%
184	Student papers	Universitas Riau on 2024-10-10	<1%
185	Student papers	Universitas Riau on 2026-06-03	<1%
186	Student papers	Universitas Sumatera Utara on 2026-06-10	<1%
187	Student papers	Universitas Tadulako on 2023-07-06	<1%
188	Internet	docobook.com	<1%
189	Internet	eprints.perbanas.ac.id	<1%
190	Internet	fr.scribd.com	<1%
191	Internet	repositori.usu.ac.id	<1%
192	Student papers	LPPM on 2025-08-07	<1%
193	Publication	Noor Winda Novariana, Sonny Andrianto. "ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY DA...	<1%

194	Student papers	Tarumanagara University on 2026-06-15	<1%
195	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-05-12	<1%
196	Student papers	Universitas Riau on 2025-12-02	<1%
197	Publication	Citra Rosafitri. "Interaksi Good Corporate Governance, Corporate Social Responsi...	<1%
198	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-05-05	<1%
199	Student papers	KYUNG HEE UNIVERSITY on 2023-06-05	<1%
200	Student papers	LPPM on 2025-11-24	<1%
201	Student papers	UIN KH. Achmad Siddiq Jember on 2026-05-18	<1%
202	Student papers	Universitas Diponegoro on 2023-02-22	<1%
203	Student papers	Universitas Islam Riau on 2026-06-17	<1%
204	Student papers	Universitas Pelita Harapan on 2025-11-11	<1%
205	Student papers	Universitas Slamet Riyadi on 2023-08-08	<1%
206	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-11-24	<1%

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dunia bisnis yang semakin cepat serta kondisi ekonomi yang tidak menentu menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan bertahan dan beradaptasi secara optimal. Perusahaan dituntut untuk mengimplementasikan berbagai kebijakan strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasionalnya agar mampu bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu ukuran penting dalam menilai keberhasilan perusahaan adalah nilai perusahaan, yang mencerminkan penilaian investor terhadap kinerja serta perkembangan perusahaan di masa depan. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan tingkat kepercayaan pasar yang baik serta kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai tambah bagi pemegang saham. Dengan demikian, peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu sasaran utama setiap perusahaan.

Nilai perusahaan pada umumnya dipengaruhi berbagai faktor, baik eksternal maupun internal. Faktor eksternal meliputi kondisi perekonomian secara makro, inflasi, tingkat bunga, serta stabilitas pasar modal. Sementara itu, faktor internal mencakup struktur modal, profitabilitas, efisiensi operasional, serta kebijakan pengungkapan informasi perusahaan. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value (PBV)*, karena rasio tersebut mampu menjelaskan persepsi pasar terhadap nilai intrinsik perusahaan melalui rasio antara harga pasar saham dan nilai buku ekuitas. Variasi nilai perusahaan dapat terlihat pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang menunjukkan fluktuasi *PBV* selama periode penelitian, sehingga berikut disajikan tabel yang menggambarkan perkembangan *PBV* perusahaan manufaktur dalam kurun waktu tersebut.

Tabel 1.1

**Price Book Value (PBV) Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di BEI Periode 2023-2025**

No.	Nama Perusahaan	Kode	PBV		
			2023	2024	2025
1	FKS Food Sejahtera Tbk.	AISA	1,384	0,934	1,090
2	Barito Pacific Tbk.	BRPT	30,32	20,59	50,70
3	Cemindo Gemilang	CMNT	4,602	4,782	4,690
4	Ever Shine Textile Industry Tbk.	ESTI	0,006	0,005	0,012
5	FKS Multi Agro Tbk.	FISH	0,014	0,029	0,002

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, terlihat bahwa nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value (PBV)* pada perusahaan manufaktur periode 2023-2025 mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat pada PT Barito Pacific Tbk. (BRPT) yang mengalami peningkatan *PBV* dari 20,59 pada tahun 2024 menjadi 50,70 pada tahun 2025. Sebaliknya, PT FKS Multi Agro Tbk. (FISH) mengalami penurunan *PBV* dari 0,029 pada tahun 2024 menjadi 0,002 pada tahun 2025. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan masih mengalami perubahan dari waktu ke waktu sehingga faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan memiliki peranan penting untuk diteliti.

Sementara itu, perusahaan yang mampu mempertahankan *PBV* di atas angka 1 menunjukkan stabilitas yang relatif baik, sehingga dinilai memiliki prospek investasi yang lebih menjanjikan dan berpotensi meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memperluas operasional maupun menarik modal baru. Pola perubahan ini mengindikasikan adanya pergeseran penilaian investor terhadap faktor-faktor fundamental perusahaan, termasuk efektivitas tata kelola, efisiensi operasional, dan struktur permodalan, yang semuanya berkaitan erat dengan praktik transparansi perusahaan, sehingga mengarahkan pembahasan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk transparansi perusahaan dalam melaporkan kontribusi sosial, ekonomi, dan lingkungan kepada para pemangku kepentingan. Dalam praktiknya, *CSR* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative (GRI)*. Semakin luas pengungkapan *CSR*, semakin besar peluang perusahaan membangun reputasi positif serta meningkatkan kepercayaan investor, sehingga dapat mendorong pertumbuhan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CSR* dapat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dalam industri tertentu (Yuwono et al., 2024). Namun, beberapa penelitian lain menemukan bahwa *CSR* tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena perbedaan karakteristik industri dan sensitivitas pasar (Hidayah & Viriany, 2025). Berdasarkan perbedaan temuan tersebut, penelitian ini mengkaji pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada berbagai aspek yang relevan bagi perusahaan manufaktur sebagai sektor padat karya, termasuk aspek ketenagakerjaan, lingkungan, serta keterlibatan sosial perusahaan, untuk melihat kontribusinya dalam memengaruhi nilai perusahaan secara lebih komprehensif, khususnya ketika dikaitkan dengan ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya, kemampuan operasional, serta daya saing perusahaan dalam industri. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin kuat kemampuan memperoleh pendanaan eksternal, memperluas produksi, dan memperkuat kepercayaan investor terhadap stabilitas usaha, sehingga dapat memperkuat nilai perusahaan. Ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural dari total aset ($\ln Total Assets$) karena indikator ini menggambarkan kekuatan ekonomi dan efisiensi pengelolaan sumber daya yang dinilai pasar dalam menentukan nilai perusahaan. Namun demikian, temuan empiris menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian menunjukkan pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor

manufaktur plastik dan kemasan (Susanto & Suryani, 2024). Sementara itu, penelitian lain menemukan pengaruh negatif signifikan pada perusahaan manufaktur subsektor pertambangan (Wijaya & Susilowati, 2024). Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu menjamin tingginya penilaian pasar, sehingga penting untuk melihat bagaimana faktor lain turut memengaruhi, salah satunya *leverage*.

Leverage mencerminkan tingkat penggunaan dana utang oleh perusahaan dalam struktur modalnya untuk mendanai kegiatan operasional maupun investasi. Dalam analisis keuangan, leverage biasa diukur menggunakan beberapa rasio seperti *DAR*, *DER*, dan *LDC*, namun penelitian ini memfokuskan pada *DER* karena dinilai paling representatif dalam menggambarkan proporsi modal pinjaman terhadap modal sendiri yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Tingkat *DER* yang dikelola dengan baik dapat memberikan manfaat *tax shield* dan meningkatkan kepercayaan pasar, sedangkan *DER* yang terlalu tinggi menimbulkan risiko keuangan yang dapat menurunkan penilaian investor. Berbagai temuan penelitian sebelumnya pun menunjukkan perbedaan hasil, seperti pengaruh positif leverage terhadap nilai perusahaan (P. A. Putri et al., 2024), serta pengaruh negatif signifikan akibat beban bunga yang meningkat (Syahrani et al., 2023). Perbedaan ini menunjukkan bahwa hubungan leverage dan nilai perusahaan tidak bersifat tetap, sehingga perlu dianalisis kembali dengan mempertimbangkan profitabilitas.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki, sehingga menjadi salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas operasional dan kekuatan fundamental perusahaan dalam menciptakan nilai. Secara umum, profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)* karena rasio ini mampu menunjukkan seberapa efisien perusahaan mengubah aset menjadi laba bersih. *ROA* yang tinggi menggambarkan kinerja yang sehat dan pada akhirnya meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian sebelumnya (Awliya, 2022).

10

Penelitian lain juga mengindikasikan bahwa profitabilitas memiliki peran signifikan dalam menentukan nilai perusahaan karena laba yang stabil meningkatkan keyakinan investor (Lutfi & Panuntun, 2024). Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada pengaruh langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan belum secara konsisten menguji bagaimana profitabilitas bekerja sebagai penghubung antara variabel-variabel lain seperti CSR, ukuran perusahaan, dan leverage.

Perbedaan hasil penelitian tersebut mengindikasikan adanya inkonsistensi temuan empiris, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh. *Research gap* muncul karena belum adanya kesepakatan mengenai apakah profitabilitas mampu menjadi jalur mediasi yang efektif pada berbagai sektor dan kondisi perusahaan. Dengan kedudukan tersebut, profitabilitas tidak hanya memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, tetapi juga berpotensi menjadi variabel mediasi yang menjembatani pengaruh CSR, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan, sehingga menguji apakah seluruh variabel tersebut mampu memperkuat nilai perusahaan melalui profitabilitas.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan data terbaru perusahaan manufaktur periode 2023-2025 yang diharapkan mampu menggambarkan kondisi perusahaan dan penilaian investor terhadap nilai perusahaan secara lebih aktual sesuai dengan kondisi pasar terkini. Selain itu, penelitian ini menambahkan profitabilitas sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan, sehingga tidak hanya menguji pengaruh langsung antarvariabel, tetapi juga menjelaskan mekanisme pengaruh tidak langsung dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini mengintegrasikan beberapa variabel yang sebelumnya masih banyak diteliti secara terpisah, sehingga diharapkan mampu memberikan

5

pendekatan yang lebih komprehensif serta menghasilkan temuan empiris yang lebih relevan pada sektor manufaktur di Indonesia.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis menggunakan SPSS, melalui uji regresi, uji signifikansi, serta uji mediasi. Pendekatan ini diharapkan mampu menjadi solusi dalam menjelaskan hubungan antar variabel secara empiris serta menjawab ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2023-2025, dengan teknik purposive sampling berdasarkan kelengkapan laporan tahunan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, penelitian ini dilakukan dengan judul: “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi”

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?

4. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
6. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
7. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
8. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
9. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?
10. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
3. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.

4. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
5. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
6. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
7. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
9. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.
10. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi dan keuangan, khususnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memperkaya literatur dengan menempatkan profitabilitas sebagai variabel mediasi, sehingga mampu menjelaskan mekanisme hubungan antara faktor keuangan dan non-keuangan secara lebih komprehensif.

Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi referensi akademis bagi peneliti dan mahasiswa dalam mengembangkan penelitian lanjutan terkait topik CSR, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan, baik dengan menambah variabel, memperluas periode, maupun menggunakan metode analisis yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan, khususnya sektor manufaktur, dalam meningkatkan transparansi pengungkapan CSR, mengelola struktur modal (*leverage*) secara proporsional, serta meningkatkan profitabilitas agar nilai perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan dan menarik kepercayaan investor.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini memberikan informasi empiris yang berguna bagi investor dalam menilai prospek perusahaan. Pemahaman tentang hubungan CSR, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas dapat membantu investor mengambil keputusan investasi yang lebih tepat dan berbasis data.

c. Bagi Regulator / Pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi regulator dan pemerintah dalam merumuskan kebijakan mengenai kewajiban pengungkapan CSR dan penguatan tata kelola perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat mendukung upaya peningkatan transparansi dan kepercayaan publik terhadap pasar modal Indonesia.

188

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dipandang sebagai representasi pandangan investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan kinerja, reputasi, dan prospek ke depan. Secara konseptual, nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kondisi pasar saat ini, tetapi juga ekspektasi jangka panjang mengenai kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan mempertahankan keberlanjutannya. Nilai perusahaan merupakan gambaran menyeluruh mengenai kinerja dan posisi perusahaan yang tercermin dalam bagaimana pasar memberikan penilaian terhadap aset serta prospek perusahaan ke depan (Ningrum, 2021). Dengan demikian, nilai perusahaan dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan yang dapat memengaruhi pandangan investor terhadap risiko dan kesempatan investasi.

Dalam kajian teori keuangan, pemahaman mengenai nilai perusahaan juga melibatkan konsep asimetri informasi sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan (*agency theory*). Teori ini menyatakan bahwa terdapat hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*), di mana manajer memiliki informasi yang lebih banyak dan lebih dalam dibandingkan pemilik. Perbedaan kepentingan dan ketidakseimbangan informasi ini dapat menyebabkan munculnya konflik keagenan, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan yang akhirnya berdampak pada nilai perusahaan. Di sisi lain, teori sinyal (*signaling theory*) juga berakar dari gagasan Jensen, yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat mengirimkan sinyal positif kepada investor melalui pengungkapan informasi yang memadai dan berkualitas. Pengungkapan seperti *CSR*, profitabilitas, atau struktur modal dapat menjadi sinyal mengenai kondisi internal perusahaan,

sehingga dapat memperkuat kepercayaan investor dan memengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Pengungkapan terkait keberlanjutan dan tanggung jawab perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi investor sehingga meningkatkan penilaian pasar terhadap perusahaan (Xaviera & Rahman, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa informasi non-keuangan yang berkualitas dapat memperkuat persepsi investor terhadap keandalan dan prospek perusahaan. Teori sinyal mampu menggambarkan bagaimana kualitas pengungkapan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, di mana semakin baik informasi yang diberikan, semakin besar kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut (Pramudita & Setyo, 2024). Namun, temuan berbeda mengungkapkan bahwa tidak semua faktor keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitiannya, leverage tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti memiliki pengaruh positif (Kharisma & Priyadi, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pasar lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan skala usaha dibandingkan tingkat penggunaan utang.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep yang dipengaruhi oleh kualitas informasi, struktur keuangan, profitabilitas, serta kebijakan manajerial. Teori agensi dan teori sinyal menjadi dasar utama dalam memahami bagaimana informasi dan perilaku manajer memengaruhi persepsi investor. Selain itu, bukti empiris menunjukkan bahwa variabel seperti pengungkapan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan beberapa aspek struktur modal memiliki peran penting dalam membentuk nilai perusahaan di pasar.

Secara kuantitatif, nilai perusahaan pada umumnya diukur menggunakan *Price to Book Value (PBV)* karena *PBV* mencerminkan seberapa besar pasar menghargai setiap rupiah nilai buku perusahaan. *PBV* dihitung sebagai:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Sumber: (Ningrum, 2021)

PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan memiliki prospek yang baik dan manajemen mampu mengelola aset secara efektif sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham.

B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) dipandang sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam bertanggung jawab atas dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang timbul dari kegiatan operasionalnya. Secara konseptual, *CSR* tidak hanya dipahami sebagai tanggung jawab moral perusahaan, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk mempertahankan keberlanjutan usaha. *CSR* menekankan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar profit, tetapi juga harus memberikan kontribusi bagi masyarakat dan menjaga keseimbangan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. *CSR* merupakan konsep yang menempatkan perusahaan sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih luas sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan manfaat nyata bagi masyarakat serta menjaga keberlanjutan lingkungan melalui berbagai program dan kebijakan yang berorientasi sosial-ekonomi (Kholis, 2020).

Dalam kajian teoritis, *CSR* sangat berkaitan dengan teori sinyal (*signaling theory*) yang menjelaskan bahwa perusahaan dapat

memberikan sinyal positif kepada investor melalui pengungkapan informasi non-keuangan, termasuk program CSR yang dijalankan. Pengungkapan CSR memberi gambaran kepada investor bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik, memperhatikan keberlanjutan, serta peduli terhadap dampak sosial, sehingga meningkatkan kepercayaan dan reputasi perusahaan. CSR juga berhubungan dengan teori legitimasi, yang menyatakan bahwa perusahaan harus menyesuaikan aktivitasnya dengan nilai dan norma masyarakat agar memperoleh legitimasi publik. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan menunjukkan bahwa operasionalnya tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat, sehingga memperkuat legitimasi sosialnya.

Penelitian terdahulu memberikan bukti empiris mengenai peran CSR dalam memengaruhi nilai perusahaan. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin baik pengungkapan tanggung jawab sosial maka semakin besar penilaian investor terhadap perusahaan (Muhlis & Sari, 2021). Pengungkapan terkait keberlanjutan mampu meningkatkan kepercayaan investor karena dianggap sebagai sinyal yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tata kelola yang bertanggung jawab (Yuvianita et al., 2022). Namun, hasil berbeda yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif (Rois et al., 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat bervariasi tergantung kondisi perusahaan dan faktor keuangan lain.

Secara kuantitatif, CSR umumnya diukur menggunakan indeks pengungkapan yang disusun berdasarkan pedoman pelaporan seperti *Global Reporting Initiative (GRI)*. Semakin tinggi nilai CSRD, semakin luas pengungkapan CSR perusahaan. Tingginya pengungkapan CSR dipandang sebagai sinyal positif bagi investor sehingga dapat

meningkatkan kredibilitas perusahaan dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Rumus pengukuran *CSR* adalah:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Sumber: (Kholis, 2020)

Keterangan:

CSRDI_j: Corporate Social Responsibility Index Perusahaan

$\sum X_{ij}$: Jumlah total pengungkapan *CSR* oleh perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan

1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan

C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu entitas usaha yang dapat dinilai melalui total aset, kapasitas operasi, serta sumber daya yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator penting dalam analisis kondisi finansial karena mencerminkan kekuatan modal, stabilitas operasional, serta kemampuan perusahaan menghadapi tekanan ekonomi (Goh, 2023). Perusahaan dengan ukuran besar umumnya memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks, akses pendanaan lebih luas, serta daya tahan lebih kuat terhadap risiko finansial dibandingkan perusahaan berskala kecil. Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai ukuran fisik, tetapi juga sebagai cerminan kemampuan perusahaan mengoptimalkan asetnya untuk mempertahankan kinerja dan keberlanjutan usaha.

Dalam perspektif teori keuangan, ukuran perusahaan berhubungan erat dengan konsep asimetri informasi dan risiko perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki pengungkapan yang lebih baik, struktur manajemen yang lebih mapan, dan sistem pelaporan yang lebih transparan sehingga mampu mengurangi ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan investor. Hal ini sejalan dengan teori

organisasi yang menjelaskan bahwa semakin besar perusahaan, semakin kompleks aktivitas bisnisnya dan semakin tinggi kebutuhan terhadap tata kelola yang kuat. Ukuran perusahaan juga berkaitan dengan teori struktur modal, di mana perusahaan besar dinilai memiliki kredibilitas lebih tinggi dalam memperoleh pendanaan eksternal karena dianggap lebih mampu memenuhi kewajiban dan mempertahankan keberlangsungan operasi. Selain itu, ukuran perusahaan sering dianggap sebagai sinyal stabilitas bagi investor, sehingga dapat memengaruhi penilaian pasar terhadap risiko dan prospek perusahaan.

Penelitian terdahulu memberikan bukti empiris yang mendukung pentingnya ukuran perusahaan dalam menjelaskan kondisi kinerja dan keuangan perusahaan. Berdasarkan kajian yang menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dengan stabilitas operasional dan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tekanan ekonomi, ukuran perusahaan memiliki kaitan erat dengan kapasitas perusahaan mempertahankan kinerja serta meminimalkan risiko keuangan (Nurmansyah et al., 2023). Temuan ini menguatkan gagasan bahwa perusahaan dengan aset besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengatur struktur modal dan mempertahankan profitabilitas. Penelitian lain menguraikan bahwa ukuran perusahaan berperan dalam membangun kredibilitas perusahaan dan memperkuat posisi dalam persaingan industri melalui penguatan struktur aset dan efisiensi operasional (Arsyada et al., 2022). Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan hanya indikator fisik, tetapi juga faktor strategis yang memengaruhi keputusan manajerial dan persepsi pemangku kepentingan.

Sementara itu, hasil penelitian empiris lainnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap variabel keuangan tertentu. Dalam penelitian yang menguji ukuran perusahaan terhadap indikator performa keuangan pada subsektor usaha tertentu ditemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh

signifikan, sementara variabel seperti profitabilitas justru menunjukkan peran yang lebih dominan (Dewi & Praptoyo, 2022). Hasil ini menegaskan bahwa dampak ukuran perusahaan dapat berbeda sesuai kondisi industri, karakteristik perusahaan, serta variabel kontrol yang digunakan. Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat memiliki peran penting dalam beberapa konteks, tetapi tidak selalu menjadi faktor penentu dalam seluruh aspek keuangan.

Secara kuantitatif, ukuran perusahaan umumnya diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset (*Ln Total Aset*) karena memberikan representasi yang lebih stabil serta mengurangi distorsi akibat perbedaan skala perusahaan. Rumusnya adalah:

$$SIZE = \ln (\text{Total Aset})$$

Sumber: (Goh, 2023)

Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan serta kemampuannya dalam mengelola sumber daya tersebut secara optimal. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya memiliki akses pendanaan yang lebih luas dan kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi risiko keuangan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan sering digunakan sebagai salah satu variabel penting dalam penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan, profitabilitas, maupun kondisi keuangan lainnya.

D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari *Leverage*

Leverage adalah ukuran sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya, yaitu proporsi dana eksternal (utang) dibandingkan modal sendiri (ekuitas). *Leverage* mencerminkan seberapa besar perusahaan membiayai aset atau kegiatan operasional menggunakan utang, yang dapat meningkatkan potensi pengembalian bagi pemegang saham, tetapi juga menambah risiko keuangan jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya (Mahmudi &

Khaerunnisa, 2024). Dengan kata lain, *leverage* berfungsi sebagai alat pengungkit keuangan yang memungkinkan perusahaan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham tanpa menambah modal sendiri, namun pada saat yang sama menimbulkan tanggung jawab tambahan berupa kewajiban membayar bunga dan pokok utang.

Secara teoritis, keputusan penggunaan utang dapat dianalisis melalui *Agency Theory*, di mana manajer sebagai agen perlu mempertimbangkan risiko kebangkrutan (*financial distress*) dan biaya bunga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan jika investor menilai risiko tersebut terlalu tinggi. Dalam konteks ini, manajer harus mampu menyeimbangkan antara potensi keuntungan dari penggunaan utang dan risiko tambahan yang ditimbulkannya. Selain itu, *leverage* dapat berfungsi sebagai sinyal (*signaling*) kepada pasar bahwa perusahaan optimis terhadap arus kas di masa depan dan berani mengambil risiko modal eksternal untuk ekspansi, asalkan arus kas dan prospek perusahaan mendukung (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024). Sinyal ini penting karena dapat memengaruhi persepsi investor terhadap risiko dan menambah kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola utang secara efisien.

Secara empiris, *leverage* menunjukkan pengaruh yang bervariasi terhadap nilai dan kinerja perusahaan. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal perusahaan, menunjukkan bahwa penggunaan utang yang tepat dapat meningkatkan kapasitas pembiayaan dan memanfaatkan modal eksternal secara optimal (Zakaria et al., 2025). Penelitian ini menegaskan bahwa perusahaan yang mampu mengelola *leverage* dengan baik dapat memaksimalkan sumber daya keuangan yang tersedia untuk kegiatan operasional maupun ekspansi investasi. Sementara itu penelitian lain menemukan bahwa pengaruh *leverage* terhadap performa keuangan tidak selalu signifikan di sektor perbankan, menunjukkan bahwa efek *leverage* dapat berbeda tergantung kondisi industri dan karakteristik perusahaan (Zulkifli et al., 2023).

Temuan ini memberikan gambaran bahwa leverage bukan hanya soal proporsi utang, tetapi juga terkait manajemen risiko dan konteks operasional perusahaan.

Leverage biasanya diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (*DER*):

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber: (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024)

Rasio *DER* yang tinggi menunjukkan perusahaan banyak menggunakan utang dibandingkan modal sendiri. Jika manajemen mampu mengelola utang dengan baik dan arus kas stabil, *leverage* dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika arus kas tidak stabil, beban utang dapat menimbulkan risiko besar bagi pemegang saham (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024). Oleh karena itu, penggunaan *leverage* harus selalu disertai strategi pengelolaan risiko yang tepat, pemantauan arus kas secara rutin, serta perencanaan keuangan yang matang agar perusahaan dapat memperoleh manfaat maksimal dari modal eksternal tanpa menimbulkan tekanan finansial yang berlebihan.

E. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Profitabilitas (Mediasi)

Profitabilitas merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas dapat dinilai dari beberapa aspek seperti efisiensi operasional, produktivitas aset, serta kemampuan dalam mengelola biaya dan pendapatan (Widyakto et al., 2025). Profitabilitas biasanya diukur menggunakan rasio *Return on Assets (ROA)*, yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba bersih. Dengan kata lain, profitabilitas berfungsi sebagai tolok ukur efektivitas pengelolaan modal dan aset perusahaan, serta menjadi indikator kunci untuk menilai kemampuan perusahaan meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Profitabilitas sebagai variabel mediasi dapat

menjembatani hubungan antara leverage atau struktur modal dengan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan modal dan aset secara optimal untuk menghasilkan laba, sehingga efek positif dari penggunaan utang atau struktur modal tertentu dapat terealisasi menjadi peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika profitabilitas rendah, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dapat teredam, bahkan menimbulkan risiko finansial.

Profitabilitas menunjukkan peran yang signifikan dalam memediasi pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dan melalui profitabilitas tersebut memberikan efek pada nilai perusahaan (Putri et al., 2021). Penelitian lain menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Pratami & Jamil, 2023). Di sisi berbeda, penelitian lain meskipun fokus utamanya struktur modal sebagai intervening juga memberi gambaran bahwa efek profitabilitas bisa berbeda tergantung kondisi perusahaan (Clarisa et al., 2025).

Profitabilitas diukur menggunakan ROA, dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sumber: (Widyakto et al., 2025)

Rasio *ROA* yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan laba secara optimal dari aset yang dimiliki. Profitabilitas yang baik memungkinkan perusahaan memaksimalkan pengaruh leverage atau struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, jika *ROA* rendah, efek *leverage* terhadap nilai perusahaan bisa teredam. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus memastikan profitabilitas yang sehat melalui strategi efisiensi operasional, pengelolaan modal yang tepat, dan

perencanaan keuangan yang matang agar penggunaan modal dan utang dapat memberikan manfaat maksimal tanpa menimbulkan risiko keuangan berlebihan.

F. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud komitmen perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis yang tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR yang dilakukan secara baik mampu meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat sekaligus memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan. Reputasi positif tersebut dapat membangun kepercayaan investor terhadap keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Investor umumnya menilai bahwa perusahaan yang aktif dalam pelaksanaan CSR memiliki prospek usaha yang lebih baik serta mampu menjaga kinerja secara berkelanjutan, sehingga hal tersebut turut memperkuat kepercayaan investor terhadap perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR menjadi salah satu faktor penting yang diperhatikan investor dalam menilai nilai perusahaan (Rois et al., 2023).

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan, baik dari sisi aset, kapasitas produksi, maupun jangkauan operasional. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki stabilitas keuangan yang lebih baik serta kemampuan yang lebih kuat dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Kondisi tersebut menjadikan perusahaan besar lebih dipercaya oleh investor karena dinilai memiliki kemampuan yang

lebih baik dalam menjaga stabilitas kinerja dan keberlangsungan usaha dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Kepercayaan investor ini tercermin dalam meningkatnya permintaan terhadap saham perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan menjadi indikator penting dalam penilaian nilai perusahaan di pasar modal (Saputra et al., 2022).

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menunjukkan tingkat penggunaan utang oleh perusahaan dalam struktur pendanaannya. Penggunaan *leverage* yang optimal dapat memberikan manfaat berupa peningkatan kapasitas operasional dan peluang ekspansi usaha, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Namun, tingkat *leverage* yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan karena semakin besar kewajiban yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, investor cenderung memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola utang agar tidak menimbulkan masalah keuangan di masa mendatang. Pengelolaan *leverage* yang tepat dapat memberikan sinyal positif kepada pasar dan memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan (Taqwim & Riduwan, 2023).

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Profitabilitas

Pelaksanaan *CSR* yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan, seperti meningkatnya loyalitas konsumen, efisiensi operasional, serta hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan pemerintah. Kondisi tersebut memungkinkan perusahaan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi serta melakukan kegiatan operasional secara lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan dan berdampak positif terhadap profitabilitas. *CSR* juga berperan sebagai strategi jangka panjang yang mampu menciptakan nilai tambah bagi

perusahaan, sehingga kinerja keuangan perusahaan dapat mengalami peningkatan (Lubis & Nurwani, 2024).

5. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Perusahaan dengan skala usaha yang besar umumnya memiliki keunggulan kompetitif berupa efisiensi biaya, akses pendanaan yang lebih mudah, serta kemampuan diversifikasi usaha yang lebih luas. Keunggulan tersebut memungkinkan perusahaan mempertahankan kemampuan dalam menghasilkan laba secara berkesinambungan karena didukung oleh sumber daya yang lebih besar dan kondisi operasional yang relatif lebih stabil. Dengan sumber daya yang memadai, perusahaan besar mampu mengoptimalkan aktivitas operasionalnya sehingga profitabilitas cenderung lebih tinggi dibandingkan perusahaan berukuran kecil. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berkontribusi terhadap pencapaian kinerja laba perusahaan (Saputra et al., 2022).

6. Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas

Leverage dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas apabila dana pinjaman dimanfaatkan secara produktif dan dialokasikan pada kegiatan operasional maupun investasi yang mampu menghasilkan tingkat pengembalian lebih tinggi dibandingkan biaya bunga yang harus ditanggung perusahaan. Penggunaan utang yang tepat memungkinkan perusahaan memperbesar kapasitas usaha, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat pertumbuhan laba sehingga berdampak positif terhadap profitabilitas. Namun, apabila utang tidak dikelola secara optimal dan tidak diimbangi dengan kemampuan menghasilkan arus kas yang memadai, beban bunga dan kewajiban pembayaran pokok utang justru dapat menekan laba perusahaan dan meningkatkan risiko keuangan. Oleh karena itu pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas sangat ditentukan oleh

efektivitas kebijakan pendanaan yang diterapkan perusahaan (Taqwim & Riduwan, 2023)

7. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aset yang dimiliki sekaligus mencerminkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya secara optimal. Tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor terkait kinerja keuangan serta prospek perusahaan di masa mendatang, karena laba yang stabil dan terus meningkat menunjukkan keberlanjutan usaha serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. Investor pada umumnya lebih tertarik pada perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara konsisten, sebab perusahaan tersebut dipandang memiliki risiko yang lebih rendah serta peluang pertumbuhan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah. Hal ini kemudian mendorong meningkatnya minat serta permintaan terhadap saham perusahaan di pasar modal, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebagai refleksi dari kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek keuangan perusahaan. (Rois et al., 2023)

8. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

CSR tidak hanya berdampak langsung terhadap nilai perusahaan, tetapi juga dapat memberikan pengaruh tidak langsung melalui peningkatan profitabilitas. Pelaksanaan CSR yang efektif mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, baik melalui peningkatan pendapatan akibat reputasi dan kepercayaan publik yang lebih baik maupun melalui efisiensi biaya yang dihasilkan dari praktik operasional yang berkelanjutan. Peningkatan profitabilitas tersebut selanjutnya memperkuat persepsi positif investor terhadap perusahaan karena laba yang lebih tinggi mencerminkan kinerja dan

prospek usaha yang baik. Kondisi ini mendorong meningkatnya minat investor dan kepercayaan pasar, sehingga nilai perusahaan ikut mengalami peningkatan. Dengan demikian, profitabilitas berfungsi sebagai penghubung yang memperjelas hubungan antara CSR dan nilai perusahaan secara lebih komprehensif (Aulia et al., 2025)

9. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

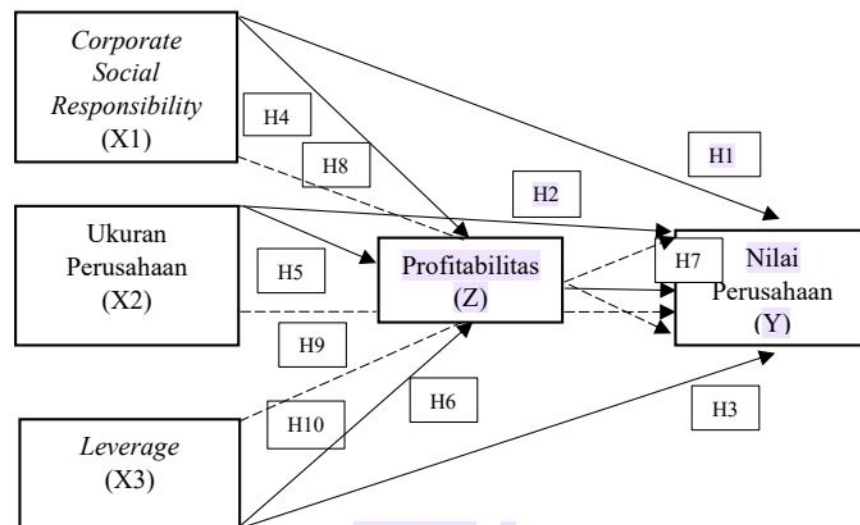
Ukuran perusahaan yang besar memberikan kemampuan bagi perusahaan untuk mengelola sumber daya yang dimilikinya secara lebih optimal, baik dari sisi aset, tenaga kerja, maupun sistem operasional, sehingga berdampak pada peningkatan profitabilitas. Skala usaha yang lebih besar memungkinkan perusahaan mencapai efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, serta memiliki daya tawar yang lebih kuat, yang pada akhirnya mendorong peningkatan laba. Profitabilitas yang meningkat tersebut akan memperkuat kinerja keuangan perusahaan dan menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam menilai stabilitas serta prospek perusahaan di masa mendatang. Melalui mekanisme tersebut, ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan secara tidak langsung dengan profitabilitas sebagai variabel perantara yang menjembatani hubungan antara skala perusahaan dan persepsi pasar (Loekito & Setiawati, 2021)

10. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Leverage dapat memengaruhi nilai perusahaan secara tidak langsung melalui profitabilitas. Penggunaan utang yang efektif memungkinkan perusahaan meningkatkan laba melalui ekspansi usaha dan investasi yang bersifat produktif serta mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan biaya utang. Peningkatan laba tersebut akan memperbaiki kinerja

keuangan perusahaan secara keseluruhan dan menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola struktur pendanaan secara optimal. Kondisi ini membuat investor lebih percaya terhadap prospek perusahaan karena perusahaan dinilai mampu mengelola sumber pendanaannya secara efektif untuk menghasilkan laba. Kepercayaan tersebut dapat meningkatkan penilaian investor terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan ikut meningkat. Dengan demikian, profitabilitas berperan sebagai penghubung antara leverage dan nilai perusahaan dalam menjelaskan pengaruh tidak langsung yang (Apriliani et al., 2025).

Berdasarkan uraian kerangka berpikir diatas, maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan alir berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

Keterangan:

————— : Pengaruh Langsung

----- : Pengaruh Mediasi melalui Profitabilitas

G. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2023) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya perlu

dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data empiris. Hipotesis berfungsi untuk mengarahkan analisis statistik dalam menguji hubungan antar variabel penelitian.

Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir yang telah dijelaskan, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1:** Diduga *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H2:** Diduga Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H3:** Diduga *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H4:** Diduga *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H5:** Diduga Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H6:** Diduga *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H7:** Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.
- H8:** Diduga *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.

8

H9: Diduga Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.

2

H10: Diduga *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif-kausal, karena fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang digunakan berbentuk angka dari laporan keuangan perusahaan, sehingga memungkinkan pengolahan dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Data penelitian yang digunakan diambil dari dokumentasi sekunder, yaitu laporan keuangan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2023-2025. Pemilihan rentang waktu didasarkan pada periode yang cukup representatif untuk menganalisis kinerja perusahaan dan pengaruh kegiatan *CSR*, struktur modal, serta skala perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, alasan pemilihan variabel didasarkan pada studi terdahulu yang menunjukkan bahwa *CSR*, ukuran perusahaan, dan *leverage* dapat memengaruhi persepsi investor serta nilai perusahaan, sementara profitabilitas berperan sebagai bukti kinerja keuangan yang dapat memperkuat pengaruh tersebut.

Profitabilitas penting karena perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi akan menunjukkan kinerja keuangan yang sehat dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. *CSR* relevan karena program tanggung jawab sosial yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder dan persepsi pasar. Ukuran perusahaan dipilih karena menunjukkan kapasitas dan sumber daya

yang dimiliki, sementara *leverage* dipilih karena struktur utang dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam membiayai operasional dan ekspansi usaha, yang berdampak pada nilai perusahaan.

Pengolahan data menggunakan perangkat statistik seperti SPSS untuk menguji hubungan langsung dan pengaruh mediasi. Analisis dalam desain ini mencakup statistik deskriptif, uji asumsi klasik/*quality* model, uji regresi serta uji mediasi melalui path analysis untuk melihat kontribusi profitabilitas sebagai variabel penghubung. Desain penelitian ini dinilai tepat untuk menguji apakah *CSR*, ukuran perusahaan, dan *leverage* dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam meningkatkan nilai perusahaan, serta apakah pengaruh tersebut semakin kuat ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang baik.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional diperlukan agar setiap variabel penelitian dapat diukur secara jelas dan objektif berdasarkan indikator tertentu. Tujuan perumusan definisi operasional adalah untuk menghindari perbedaan persepsi dalam proses pengukuran dan memastikan bahwa variabel dapat dikonversi ke bentuk kuantitatif sesuai kebutuhan penelitian. Dalam konteks metodologi penelitian, definisi operasional merupakan penjabaran variabel ke dalam indikator yang dapat diamati dan diukur secara empiris. Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu tiga variabel independen (*CSR*, ukuran perusahaan, *leverage*), satu variabel mediasi (profitabilitas), serta satu variabel dependen (nilai perusahaan) yang seluruhnya diukur berdasarkan data sekunder laporan keuangan perusahaan manufaktur di BEI periode 2023-2025.

1. Variabel Dependen

Nilai perusahaan merupakan indikator utama yang mencerminkan persepsi pasar mengenai kinerja serta prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan mampu memberikan return yang optimal, sehingga saham menjadi lebih

diminati dan harga pasar mengalami peningkatan. Dalam penelitian keuangan, nilai perusahaan menjadi tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham, karena mampu merepresentasikan kepercayaan pasar dan stabilitas perusahaan secara keseluruhan. Untuk mengukurnya digunakan rasio *Price to Book Value (PBV)* yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku saham, sehingga dapat menggambarkan bagaimana pasar memberikan valuasi terhadap aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi *PBV*, semakin baik penilaian pasar terhadap perusahaan karena menunjukkan bahwa nilai pasar berada di atas nilai bukunya (Rahma & Riharjo, 2024)

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Sumber: (Ningrum, 2021)

2. Variabel Independen

a. *Corporate Social Responsibility (X1)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mengelola dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi yang timbul dari kegiatan operasionalnya. Bagi perusahaan publik, *CSR* berfungsi sebagai sarana transparansi untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan (*sustainability*), perlindungan lingkungan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dan karyawan. Pengungkapan *CSR* yang dilakukan secara luas menjadi sinyal positif bagi investor, karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik, peduli terhadap keberlanjutan, serta mampu meminimalkan risiko non-keuangan yang dapat mempengaruhi reputasi dan kelangsungan usaha.

189

Dalam penelitian empiris, *CSR* tidak diukur dari besar kecilnya program, tetapi dari luas pengungkapannya dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* untuk menilai seberapa lengkap perusahaan mengungkapkan informasi *CSR*. *CSRDI* disusun berdasarkan item-item yang relevan dalam tiga kategori utama yang lazim digunakan dalam penelitian *CSR*, yaitu aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Setiap item diberikan skor 1 jika perusahaan mengungkapkannya, dan skor 0 apabila tidak diungkapkan.

Nilai *CSRDI* mencerminkan seberapa luas komitmen tanggung jawab sosial perusahaan dipublikasikan kepada pemangku kepentingan. Semakin tinggi nilai *CSRDI*, semakin kuat tingkat transparansi perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berpotensi memberikan pengaruh terhadap persepsi pasar. Pengungkapan *CSR* yang lebih luas menunjukkan kualitas keberlanjutan perusahaan yang lebih baik, sehingga berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan (Pramitha & Sudana, 2021).

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Sumber: (Kholis, 2020)

b. Ukuran Perusahaan (X2)

Ukuran perusahaan merupakan suatu gambaran mengenai besarnya sumber daya, kapasitas produksi, serta kemampuan operasional yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Secara

umum, ukuran perusahaan juga mencerminkan tingkat keberlanjutan operasional, kekuatan struktur keuangan, serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi tekanan eksternal maupun memanfaatkan peluang pertumbuhan.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan logaritma natural dari total aset (*Ln Total Aset*), karena total aset mencerminkan keseluruhan kekayaan perusahaan dan transformasi logaritma membantu menormalkan data sehingga memudahkan analisis statistik. Ukuran perusahaan yang semakin besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aset yang tinggi dan skala operasi yang luas, sehingga mencerminkan kondisi perusahaan yang lebih mapan dan potensial untuk meningkatkan nilai perusahaan (Safitri & Amanah, 2023).

$$SIZE = \ln (\text{Total Aset})$$

Sumber: (Goh, 2023)

c. **Leverage (X3)**

Leverage merupakan rasio yang merepresentasikan sejauh mana perusahaan memanfaatkan pendanaan berbasis utang dibandingkan dengan modal sendiri. Tingginya *leverage* mencerminkan besarnya proporsi kewajiban yang harus ditanggung perusahaan, sehingga dapat meningkatkan risiko finansial karena kewajiban pembayaran bunga dan pokok utang menjadi lebih besar. Namun demikian, *leverage* juga dapat menjadi strategi pendanaan yang menguntungkan apabila perusahaan mampu mengoptimalkan penggunaan utang untuk meningkatkan laba dan kinerja operasional. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*, yaitu rasio total utang dibagi total

ekuitas, sehingga memberikan gambaran struktur modal perusahaan berdasarkan kemampuan pendanaan internal dan eksternal. Semakin tinggi nilai *DER*, semakin besar tingkat ketergantungan perusahaan pada pendanaan utang, yang dapat berdampak pada persepsi investor terhadap risiko dan nilai perusahaan (Rahayu & M, 2024)

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber: (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024)

3. Variabel Mediasi

Profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aset yang dimiliki, dan dalam penelitian ini berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara variabel independen (*CSR*, ukuran perusahaan, dan *leverage*) dengan nilai perusahaan. Profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*, yaitu rasio yang menggambarkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan total aset untuk menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi nilai *ROA*, semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menciptakan keuntungan, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan, meskipun pengaruh *CSR* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan tidak selalu langsung signifikan (Juliasari et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas dapat menjadi mekanisme penting dalam menjembatani pengaruh faktor internal perusahaan terhadap penilaian pasar terhadap perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sumber: (Widyakto et al., 2025)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar untuk memperoleh informasi yang relevan serta menarik kesimpulan penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Oleh karena itu, penetapan populasi yang tepat sangat penting agar penelitian memiliki cakupan yang jelas dan hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan secara sesuai dengan konteks penelitian yang diangkat.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2023-2025, dengan jumlah sekitar 310 perusahaan berdasarkan data klasifikasi sektor manufaktur BEI. Pemilihan sektor manufaktur dilakukan karena sektor ini memiliki karakteristik operasional yang kompleks dan beragam, sehingga menyediakan informasi yang lebih kaya untuk dianalisis. Selain itu, perusahaan manufaktur dikenal memiliki tingkat transparansi yang tinggi dalam penyajian laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan, sehingga data terkait CSR, ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, dan nilai perusahaan dapat diakses secara lengkap. Sektor ini juga menjadi salah satu yang paling konsisten digunakan dalam berbagai penelitian sebelumnya yang mengkaji

tema serupa, sehingga populasi manufaktur dianggap representatif dan relevan untuk mendukung tujuan penelitian ini.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi untuk tujuan penelitian. Pemilihan sampel dilakukan agar penelitian dapat dilakukan secara lebih efektif, efisien, dan tetap menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sehingga sampel harus benar-benar mencerminkan kondisi populasi agar hasil penelitian tidak bias (Sugiyono, 2023). Dengan dasar tersebut, pemilihan sampel harus dilakukan secara cermat agar setiap elemen yang terpilih memiliki relevansi langsung dengan variabel yang dianalisis.

Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena penelitian membutuhkan data yang lengkap dan akurat terkait variabel CSR, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, serta nilai perusahaan selama periode pengamatan. Melalui *purposive sampling*, peneliti dapat memastikan bahwa sampel yang terpilih telah memenuhi kelengkapan data dan konsistensi pelaporan, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara lebih mendalam dan relevan.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2023-2025.
2. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut selama periode 2023-2025.

3. Perusahaan manufaktur yang menyajikan informasi *CSR* dalam *annual report* atau *sustainability report* selama periode 2023-2025.
4. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan informasi *CSR* dengan mengacu pada standar *Global Reporting Initiative (GRI)* serta mencantumkan *GRI Index* dalam laporan keberlanjutan atau laporan tahunan selama periode 2023–2025.

Tabel 3.1**Proses pengambilan sampel**

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2023-2025.	310
2	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2023-2025.	(31)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak menyajikan informasi <i>CSR</i> dalam <i>annual report</i> atau <i>sustainability report</i> secara berturut-turut selama periode 2023-2025.	(17)
4	Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan informasi <i>CSR</i> dengan mengacu pada standar <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i> serta mencantumkan <i>GRI Index</i> dalam laporan keberlanjutan atau laporan tahunan selama periode 2023-2025.	(242)
Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria		20
Periode pengamatan 2022-2025		3
Jumlah unit sampel selama periode penelitian		60

Sumber: (Diolah Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil penentuan sampel yang telah dilakukan sesuai dengan kriteria penelitian, diperoleh sebanyak 20 perusahaan yang

memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Daftar perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Daftar Sampel Perusahaan

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.
2	BRPT	Barito Pacific Tbk.
3	CMNT	Cemindo Gemilang Tbk.
4	ESTI	Ever Shine Textile Industry Tbk.
5	FISH	FKS Multi Agro Tbk.
6	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk.
7	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
8	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
9	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.
10	KINO	Kino Indonesia Tbk.
11	KBLI	KMI Wire and Cable Tbk.
12	MBMA	Merdeka Battery Materials Tbk.
13	MOLI	Madusari Murni Indah Tbk.
14	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
15	MYOR	Mayora Indah Tbk.
16	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk.
17	SMBR	Semen Baturaja Tbk.
18	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
19	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
20	WIIM	Wimilak Inti Makmur Tbk.

Sumber: www.idx.co.id

D. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan tahapan sistematis yang disusun untuk menjamin bahwa proses penelitian dilakukan secara terarah, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Prosedur ini mencakup seluruh rangkaian kegiatan penelitian, mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan data, hingga analisis dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, prosedur penelitian dirancang untuk

menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025. Adapun tahapan prosedur penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Perumusan Judul

Tahap awal penelitian dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang relevan dengan kondisi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti melakukan pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di pasar modal, khususnya terkait dengan fluktuasi nilai perusahaan yang tercermin dari pergerakan harga saham dan *Price to Book Value (PBV)*. Perbedaan nilai perusahaan antar emiten meskipun berada dalam sektor yang sama menimbulkan dugaan adanya faktor-faktor internal yang memengaruhinya.

Fenomena yang diamati antara lain berkaitan dengan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, skala perusahaan yang berbeda-beda, serta penggunaan struktur pendanaan yang tercermin dari *leverage* perusahaan. Selain itu, profitabilitas dipandang memiliki peran penting sebagai indikator kinerja keuangan yang dapat menjembatani hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan nilai perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti merumuskan masalah penelitian yang terfokus dan spesifik. Hasil identifikasi masalah kemudian dituangkan dalam bentuk judul penelitian, yaitu: "Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023-2025."

2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Kerangka Konseptual

Tahap selanjutnya adalah melakukan studi literatur untuk memperkuat landasan teoretis penelitian. Peneliti mengkaji berbagai sumber pustaka berupa jurnal ilmiah, buku teks, hasil penelitian terdahulu, serta publikasi akademik lainnya yang relevan dengan variabel CSR, ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Studi literatur dilakukan untuk memahami konsep dan pengukuran masing-masing variabel, serta untuk mengidentifikasi temuan empiris yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, kajian pustaka juga bertujuan untuk menemukan celah penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar pengembangan penelitian ini. Hasil studi literatur digunakan untuk menyusun kerangka berpikir, merumuskan hipotesis penelitian, serta membangun model konseptual yang menjelaskan hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel penelitian.

3. Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian

Tahap ini dilakukan untuk menentukan subjek penelitian secara objektif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2023-2025. Sektor manufaktur dipilih karena memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional serta karakteristik operasional yang kompleks, sehingga menarik untuk dianalisis dalam kaitannya dengan nilai perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

4. Pengumpulan Data Sekunder

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber resmi dan telah dipublikasikan sebelumnya. Pengumpulan data dilakukan dengan

metode dokumentasi, yaitu dengan mengunduh laporan keuangan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan manufaktur melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta situs resmi masing-masing perusahaan. Data yang dikumpulkan meliputi informasi mengenai pengungkapan CSR, total aset, total utang, total ekuitas, laba bersih, serta harga saham perusahaan. Seluruh data dikumpulkan secara sistematis dan dicatat ke dalam tabel kerja untuk memudahkan proses pengolahan dan analisis data pada tahap selanjutnya.

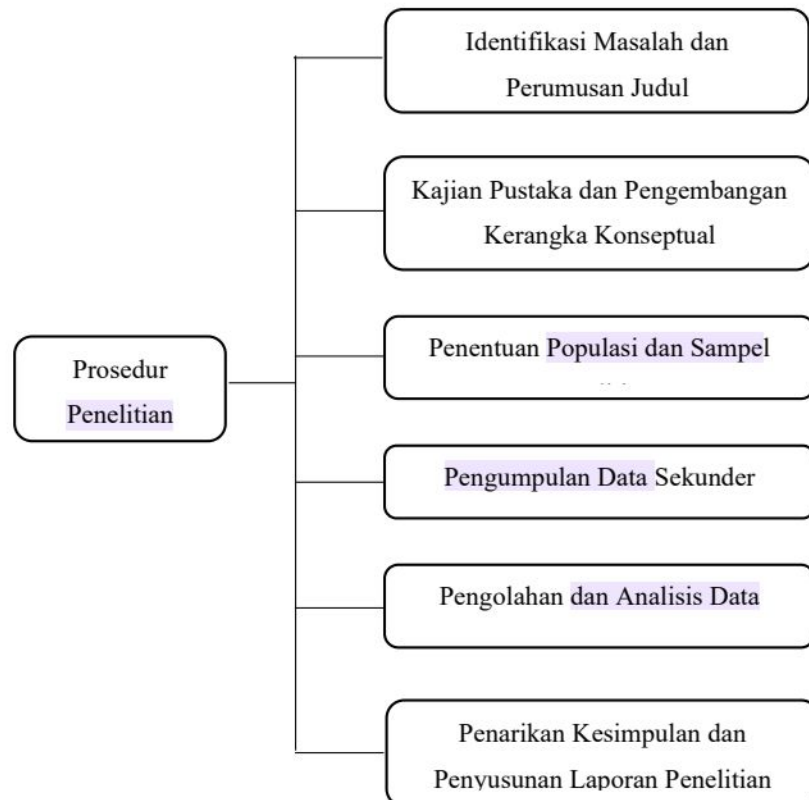
5. Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data berhasil dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah melakukan pengolahan dan analisis data dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Pada tahap awal, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum serta menjelaskan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan bahwa data telah memenuhi persyaratan dalam analisis regresi. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan analisis jalur (*path analysis*) dengan membandingkan pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *bootstrapping*, sedangkan koefisien determinasi *Q-Square* digunakan untuk menilai tingkat signifikansi serta kekuatan model penelitian.

6. Penarikan Kesimpulan dan Penyusunan Laporan Penelitian

Tahap terakhir dalam prosedur penelitian adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data. Peneliti menginterpretasikan hasil pengujian statistik untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Selanjutnya, laporan penelitian disusun secara sistematis meliputi pendahuluan, landasan teori, metodologi, hasil dan pembahasan,

serta kesimpulan dan saran. Penyusunan dilakukan sesuai kaidah akademik agar hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan memberi kontribusi praktis bagi perusahaan, investor, dan pihak terkait.



Gambar 3.1

Prosedur Penelitian

E. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan fokus pada pengumpulan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada periode 2023-2025. Data penelitian diperoleh melalui situs resmi www.idx.co.id serta situs resmi masing-masing perusahaan yang menyediakan informasi lengkap terkait aktivitas

operasional, kinerja keuangan, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada ketersediaan data yang lengkap, valid, dan relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Ketersediaan data yang terstandarisasi dan dapat diakses secara terbuka memungkinkan proses pengolahan serta analisis hubungan antarvariabel dilakukan secara lebih akurat, sistematis, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan terhitung mulai Januari - Juni 2026, meliputi pengajuan judul dan penyusunan proposal, bimbingan dan revisi proposal, pengumpulan data, pelaksanaan penelitian, analisis data, serta penyusunan laporan penelitian dan penyelesaian skripsi secara keseluruhan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui bantuan perangkat lunak SPSS. Analisis data bertujuan untuk mengolah data penelitian secara sistematis guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan serta mengetahui hubungan dan pengaruh antara *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Seluruh tahapan analisis disusun secara berurutan agar hasil pengujian yang diperoleh bersifat objektif, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data penelitian sebagaimana adanya, tanpa bertujuan untuk melakukan pengujian hipotesis atau penarikan kesimpulan yang bersifat

generalisasi (Sugiyono, 2023). Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai karakteristik data yang digunakan dalam penelitian sehingga peneliti dapat memahami kondisi data secara menyeluruh sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Melalui analisis statistik deskriptif, data penelitian disajikan dalam bentuk yang sistematis dan mudah dipahami, seperti tabel, nilai ringkasan statistik, serta ukuran pemusatan dan penyebaran data. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian.

Variabel yang dianalisis secara deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Nilai minimum dan maksimum digunakan untuk menunjukkan rentang data dari masing-masing variabel, sedangkan nilai rata-rata mencerminkan kecenderungan umum data penelitian. Sementara itu, standar deviasi digunakan untuk mengukur tingkat variasi atau penyebaran data terhadap nilai rata-ratanya. Hasil dari analisis statistik deskriptif ini memberikan informasi awal mengenai pola, sebaran, serta karakteristik data perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian selama periode pengamatan. Informasi tersebut menjadi dasar penting dalam menilai kelayakan data serta mendukung proses analisis lanjutan, seperti pengujian asumsi klasik dan analisis regresi, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan analisis yang dilakukan sebelum pengujian analisis jalur. Pemenuhan asumsi-asumsi tersebut diperlukan agar model regresi yang digunakan mampu menghasilkan estimasi parameter yang akurat, tidak bias, dan dapat diinterpretasikan secara tepat. Oleh karena itu, uji asumsi

klasik menjadi langkah penting dalam menjamin kelayakan model penelitian sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai kelayakan data dalam menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Normalitas residual merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier, karena distribusi residual yang tidak normal dapat memengaruhi keakuratan hasil pengujian statistik. Model regresi yang baik ditandai dengan distribusi residual yang mendekati distribusi normal, sehingga estimasi parameter yang dihasilkan dapat diinterpretasikan secara tepat. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov serta didukung oleh pengamatan grafik normal probability plot. Data residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi pada uji Kolmogorov–Smirnov lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan. Selain itu, pada grafik normal probability plot, residual dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut (Ghozali, 2021).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan, sehingga keberadaannya perlu dihindari dalam model regresi yang baik.

Model regresi yang ideal adalah model yang variabel independennya tidak saling berkorelasi secara kuat. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, variabel independen dalam model regresi dapat digunakan secara bersama-sama tanpa menimbulkan distorsi terhadap hasil estimasi regresi (Ghozali, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Varians residual yang tidak konstan menunjukkan bahwa kesalahan pengganggu (*error term*) memiliki penyebaran yang berbeda pada tingkat nilai variabel independen tertentu. Kondisi ini perlu diuji karena dapat memengaruhi kualitas dan keandalan hasil analisis regresi yang digunakan dalam penelitian. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki varians residual yang konstan atau bersifat homoskedastisitas. Apabila model regresi mengalami heteroskedastisitas, maka estimasi koefisien regresi yang dihasilkan tetap bersifat tidak bias, namun menjadi tidak efisien sehingga standar error dapat menjadi tidak akurat.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dan didukung oleh analisis grafik scatterplot melalui SPSS. Pada uji Glejser, model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan. Sementara itu, melalui grafik scatterplot, model regresi dikatakan bebas dari

heteroskedastisitas apabila titik-titik residual menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar secara merata di atas dan di bawah sumbu nol. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan (Ghozali, 2021).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan periode sebelumnya. Autokorelasi umumnya terjadi pada data runtut waktu, namun tetap perlu diuji untuk memastikan bahwa residual dalam model regresi bersifat independen. Keberadaan autokorelasi dapat menyebabkan hasil regresi menjadi bias dan tidak akurat. Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Model regresi dinyatakan tidak mengalami autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson berada di antara batas atas dan batas bawah yang menunjukkan tidak adanya korelasi residual. Apabila nilai Durbin-Watson berada di luar rentang tersebut, maka model regresi mengindikasikan adanya autokorelasi positif atau negatif (Ghozali, 2021).

3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis Jalur atau *path analysis* digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel mampu menjadi perantara dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk melihat mekanisme hubungan antar variabel secara lebih mendalam, tidak hanya melalui pengaruh langsung, tetapi juga melalui pengaruh tidak langsung (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, analisis jalur digunakan untuk menguji peran profitabilitas sebagai variabel yang memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan,

dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Pengujian mediasi dilakukan dengan membandingkan pengaruh langsung variabel independen terhadap nilai perusahaan dengan pengaruh tidak langsung yang terjadi melalui profitabilitas. Apabila pengaruh tidak langsung melalui variabel profitabilitas lebih besar atau signifikan dibandingkan pengaruh langsung, maka profitabilitas dapat dinyatakan berperan sebagai variabel mediasi. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui peran profitabilitas sebagai variabel intervening dalam hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan. Analisis ini bertujuan untuk menguji apakah profitabilitas mampu menjembatani pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan, baik dalam memperkuat maupun menjelaskan pengaruh tidak langsung yang terjadi antar variabel penelitian.

Persamaan regresi dalam analisis jalur dirumuskan sebagai berikut:

1. Persamaan Regresi I (Pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi)

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

2. Persamaan Regresi II (Pengaruh variabel independen dan variabel mediasi terhadap variabel dependen)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

Z = Profitabilitas

X1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = *Leverage*

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

ε = Error term

4. Koefisien Determinasi Q-Square

Koefisien determinasi pada analisis jalur (path analysis) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang terdapat dalam model penelitian. Menurut Ghozali (2021), koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variasi variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model yang dibangun. Dalam analisis jalur, koefisien determinasi dihitung pada setiap persamaan struktural menggunakan nilai R^2 . Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain di luar model yang memengaruhi variabel dependen.

Selain koefisien determinasi pada masing-masing persamaan, dalam analisis jalur juga dapat dihitung koefisien determinasi total (*Q-Square*) untuk mengetahui kemampuan model penelitian secara keseluruhan dalam menjelaskan keragaman data. Nilai *Q-Square* diperoleh dari nilai R^2 pada setiap persamaan struktural. Apabila nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 ($Q^2 > 0$), maka model memiliki relevansi prediktif (*predictive relevance*) dan mampu menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

5. Uji Hipotesis dengan Metode *Bootstrapping*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* dengan bantuan program SPSS. Metode *bootstrapping* digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) melalui variabel mediasi

dengan membentuk distribusi sampel secara berulang (*resampling*). Metode ini tidak bergantung pada asumsi normalitas data sehingga hasil pengujian yang diperoleh lebih akurat dan andal, terutama pada penelitian dengan jumlah sampel yang relatif terbatas.

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas mampu memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, analisis tidak hanya menilai pengaruh langsung antarvariabel, tetapi juga menguji adanya pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antarvariabel dalam penelitian.

Selanjutnya, untuk menilai peran profitabilitas sebagai variabel mediasi, kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *BootLLCI* dan *BootULCI* tidak melewati angka nol (0), maka pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan sehingga variabel profitabilitas dapat memediasi hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan.
- b. Apabila nilai *BootLLCI* dan *BootULCI* melewati angka nol (0), maka pengaruh tidak langsung dinyatakan tidak signifikan sehingga variabel profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan.
- c. Apabila pengaruh tidak langsung signifikan dan pengaruh langsung juga tetap signifikan, maka profitabilitas berperan sebagai mediasi parsial (*partial mediation*). Sebaliknya, apabila pengaruh tidak langsung signifikan dan pengaruh langsung menjadi tidak signifikan, maka profitabilitas berperan sebagai mediasi penuh (*full mediation*).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Variabel

a. Deskripsi Data Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value (PBV)*. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang mencerminkan pandangan investor terhadap kinerja serta prospek perusahaan di masa mendatang. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa investor memberikan penilaian yang positif terhadap perusahaan, karena perusahaan tersebut dinilai mampu menghasilkan keuntungan serta memiliki keberlanjutan usaha yang baik. Dalam kajian keuangan, nilai perusahaan juga sering dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham.

Menurut (Rahma & Riharjo, 2024), nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi perusahaan yang tercermin dari penilaian pasar terhadap perusahaan melalui harga saham. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value (PBV)*, yaitu rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi nilai *PBV* menunjukkan bahwa semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap perusahaan. Nilai *PBV* yang berada di atas angka 1 menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya, sehingga mencerminkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang. Sebaliknya,

10

nilai *PBV* yang rendah menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap perusahaan.

Rumus *Price to Book Value (PBV)* menurut (Ningrum, 2021), adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Menurut (Ningrum, 2021) rumus untuk mencari nilai buku/*Book Value (BV)* adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Berikut akan disajikan salah satu laporan keuangan PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) yang digunakan sebagai contoh perhitungan variabel penelitian. Contoh perhitungan *Price to Book Value (PBV)* pada PT FKS Food Sejahtera Tbk. pada tahun 2025 sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

$$PBV = \frac{134}{122,856}$$

$$PBV = 1,090$$

Keterangan:

Harga pasar per saham = Harga penutupan saham
pada bulan desember 2025

$$\text{Nilai Buku per saham} = \frac{1.144.016.000.000}{9.311.800.000}$$

$$= 122,856$$

Pada tahun 2025 PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) memiliki nilai *Price to Book Value (PBV)* sebesar 1,090 kali. Nilai tersebut menunjukkan bahwa harga saham perusahaan

diperdagangkan di atas nilai bukunya (*overvalued*), karena nilai *PBV* berada di atas angka 1. Hal ini berarti pasar memberikan penilaian yang lebih tinggi dibandingkan nilai buku perusahaan yang tercantum dalam laporan keuangan. Dengan demikian, investor menilai bahwa perusahaan memiliki prospek dan kinerja yang cukup baik sehingga nilai pasar saham perusahaan lebih tinggi daripada nilai aset bersihnya. Nilai *PBV* yang berada di atas 1 juga menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh apresiasi yang baik dari pasar pada tahun 2025.

Dibawah ini disajikan data mengenai nilai *Price to Book Value (PBV)* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Tabel 4.1

Nilai *Price to Book Value (PBV)*

NO.	KODE	Price to Book Value		
		2023	2024	2025
1	AISA	1,384	0,934	1,090
2	BRPT	30,32	20,59	50,70
3	CMNT	4,602	4,782	4,690
4	ESTI	0,006	0,005	0,012
5	FISH	0,014	0,029	0,002
6	GDST	0,957	0,645	0,806
7	ICBP	1,985	1,978	1,297
8	INDF	0,563	0,620	0,494
9	INKP	7,590	5,805	6,794
10	KINO	1,116	1,038	1,141
11	KBLI	0,521	0,560	0,441
12	MBMA	0,026	0,021	0,026
13	MOLI	0,758	0,430	0,578
14	MRAT	0,394	0,228	0,332
15	MYOR	3,643	3,634	2,593
16	SMCB	0,970	0,523	0,529
17	SMBR	0,873	0,619	0,855
18	SMGR	0,903	0,459	0,373
19	UNVR	39,82	33,45	22,16
20	WIIM	2,017	0,767	1,564
Tertinggi		1,384	33,45	50,70
Terendah		0,006	0,005	0,002
Rata-rata		74,05	3,586	4,824

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

15 Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Price to Book Value (PBV)* perusahaan manufaktur periode 2023-2025 mengalami fluktuasi atau naik turun pada setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian pasar terhadap perusahaan manufaktur mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh kondisi kinerja perusahaan, harga saham, serta persepsi investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan dengan nilai *PBV* yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memberikan apresiasi yang baik terhadap perusahaan karena harga saham diperdagangkan lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai *PBV* yang rendah menunjukkan bahwa harga saham perusahaan masih berada di bawah nilai bukunya sehingga pasar memberikan penilaian yang relatif rendah terhadap perusahaan tersebut.

10
3 Berdasarkan data pada tabel di atas, nilai *PBV* tertinggi selama periode penelitian dimiliki oleh PT Barito Pacific Tbk. (BRPT) pada tahun 2025 sebesar 50,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap perusahaan dibandingkan nilai bukunya. Tingginya nilai *PBV* mencerminkan tingginya kepercayaan investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan sehingga harga saham perusahaan diperdagangkan jauh di atas nilai buku per sahamnya.

3 Selain itu, PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) juga memiliki nilai *PBV* yang tinggi selama periode penelitian, yaitu sebesar 39,82 pada tahun 2023, 33,45 pada tahun 2024, dan 22,16 pada tahun 2025. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai pasar yang tinggi dan masih mendapatkan kepercayaan investor meskipun mengalami penurunan nilai *PBV* selama periode penelitian.

Sedangkan nilai *PBV* terendah pada tahun 2023 dimiliki oleh PT Ever Shine Textile Industry Tbk. (ESTI) sebesar 0,006, pada

tahun 2024 juga dimiliki oleh PT Ever Shine Textile Industry Tbk. (ESTI) sebesar 0,005, dan pada tahun 2025 dimiliki oleh PT FKS Multi Agro Tbk. (FISH) sebesar 0,002. Nilai *PBV* yang rendah menunjukkan bahwa harga saham perusahaan diperdagangkan di bawah nilai bukunya (undervalued), sehingga pasar memberikan penilaian yang rendah terhadap perusahaan. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh rendahnya minat investor, penurunan kinerja perusahaan, maupun prospek perusahaan yang dianggap kurang baik oleh pasar.

b. Deskripsi Data Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan terdiri dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage*.

1) *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat, dan stakeholder akibat aktivitas operasional perusahaan. Pengungkapan *CSR* dilakukan sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan usaha dan hubungan baik dengan stakeholder. Menurut (Pramitha & Sudana, 2021), *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diungkapkan dalam annual report maupun sustainability report perusahaan. Dalam penelitian ini, *CSR* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)*, yaitu dengan memberikan skor 1 apabila perusahaan mengungkapkan item *CSR* dan skor 0 apabila tidak mengungkapkan item *CSR* sesuai indikator *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Rumus *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* menurut (Kholis, 2020), adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Contoh perhitungan *Corporate Social Responsibility* pada PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) Pada tahun 2025 sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

$$CSRDI_j = \frac{87}{117}$$

$$CSRDI_j = 0,743$$

Keterangan:

Pada tahun 2025 PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) memiliki nilai *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* sebesar 0,743. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mengungkapkan sebanyak 87 item *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari total 117 item pengungkapan berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative (GRI)*. Hal ini berarti tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencapai 74,3% dari total item *CSR* yang digunakan dalam penelitian. Nilai *CSRDI* yang tinggi menunjukkan bahwa PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) memiliki tingkat pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan yang cukup luas sehingga perusahaan dinilai lebih terbuka dalam memberikan informasi terkait tanggung jawab sosial kepada stakeholder. Dibawah ini disajikan data mengenai nilai *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan manufaktur yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Tabel 4.2

Nilai *Corporate Social Responsibility (CSR)*

NO.	KODE	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>		
		2023	2024	2025
1	AISA	0,777	0,743	0,743
2	BRPT	0,367	0,367	0,367
3	CMNT	0,692	0,589	0,623
4	ESTI	0,547	0,529	0,547
5	FISH	0,726	0,786	0,692
6	GDS	0,538	0,555	0,555
7	ICBP	0,692	0,692	0,692
8	INDF	0,709	0,709	0,709
9	INKP	0,811	0,820	0,820
10	KINO	0,641	0,666	0,897
11	KBLI	0,547	0,547	0,547
12	MBMA	0,863	0,829	0,837
13	MOLI	0,547	0,632	0,641
14	MRAT	0,529	0,470	0,521
15	MYOR	0,495	0,683	0,666
16	SMCB	0,777	0,264	0,811
17	SMBR	0,529	0,581	0,598
18	SMGR	0,794	0,794	0,803
19	UNVR	0,811	0,803	0,811
20	WIIM	0,658	0,666	0,820
Tertinggi		0,863	0,829	0,897
Terendah		0,367	0,264	0,367
Rata-Rata		0,653	0,625	0,685

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan manufaktur periode 2023-2025 mengalami fluktuasi pada beberapa perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berbeda-beda setiap tahunnya. Semakin tinggi nilai *CSR* menunjukkan bahwa semakin luas perusahaan mengungkapkan aktivitas sosial dan lingkungannya kepada stakeholder. Berdasarkan data pada tabel di atas, nilai *CSR* tertinggi pada tahun 2023 dan 2024 dimiliki oleh PT Merdeka Battery Materials Tbk. (MBMA) sebesar 0,863 dan 0,829, sedangkan pada tahun 2025 nilai *CSR* tertinggi

dimiliki oleh PT Kino Indonesia Tbk. (KINO) sebesar 0,897. Tingginya nilai CSR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang luas.

Sedangkan nilai CSR terendah pada tahun 2023 dan 2024 dimiliki oleh PT Barito Pacific Tbk. (BRPT) sebesar 0,367, dan pada tahun 2025 dimiliki oleh PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) sebesar 0,521. Nilai CSR yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang relatif terbatas.

2) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber daya, kapasitas operasional, dan kemampuan pendanaan yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Menurut (Safitri & Amanah, 2023), ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur menggunakan total aset perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset ($\ln Total Asset$).

Rumus ukuran perusahaan menurut (Goh, 2023), adalah sebagai berikut:

$$SIZE = \ln(Total Asset)$$

Contoh perhitungan ukuran perusahaan pada PT FKS Food Sejahtera Tbk. tahun 2025 sebagai berikut:

$$SIZE = \ln(Total Asset)$$

$$SIZE = \ln(2.089.881.000.000)$$

$$SIZE = 28,368$$

Keterangan:

Pada tahun 2025 PT FKS Food Sejahtera Tbk. memiliki nilai *firm size* sebesar 28,368. Semakin besar nilai *firm size* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki total aset yang besar sehingga perusahaan cenderung berada dalam kondisi yang lebih stabil dan memiliki kemampuan operasional yang lebih baik.

Dibawah ini disajikan data mengenai nilai *Firm Size* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Tabel 4.3
Nilai Firm Size

NO.	KODE	Firm Size		
		2023	2024	2025
1	AISA	28,24	28,30	28,36
2	BRPT	29,94	29,98	30,48
3	CMNT	30,51	30,47	30,43
4	ESTI	31,51	31,48	31,49
5	FISH	33,82	33,88	33,85
6	GDS	28,43	28,64	28,88
7	ICBP	32,41	32,46	32,54
8	INDF	32,85	32,93	33,01
9	INKP	29,94	30,09	30,14
10	KINO	29,16	29,13	29,12
11	KBLI	28,72	28,76	28,84
12	MBMA	35,72	35,77	35,85
13	MOLI	28,33	28,28	28,10
14	MRAT	27,17	27,43	27,50
15	MYOR	30,80	31,02	31,07
16	SMCB	30,73	30,67	30,64
17	SMBR	29,21	29,22	29,19
18	SMGR	32,03	31,97	31,96
19	UNVR	30,44	30,40	30,62
20	WIIM	28,57	28,73	28,79
Tertinggi		35,72	35,77	38,85
Terendah		27,17	27,43	27,50
Rata-Rata		30,43	30,48	30,54

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *firm size* perusahaan manufaktur periode 2023-2025 cenderung mengalami peningkatan pada beberapa perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa total aset perusahaan mengalami

perubahan setiap tahunnya. Semakin besar nilai *firm size* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki jumlah aset yang tinggi sehingga perusahaan cenderung berada dalam kondisi yang stabil.

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *firm size* tertinggi pada tahun 2023, 2024, dan 2025 dimiliki oleh PT Merdeka Battery Materials Tbk. (MBMA) sebesar 35,72, 35,77, dan 35,85. Tingginya nilai *firm size* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki total aset yang sangat besar sehingga mencerminkan kemampuan operasional dan kondisi perusahaan yang baik. Sedangkan nilai *firm size* terendah pada tahun 2023, 2024, dan 2025 dimiliki oleh PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) sebesar 27,17, 27,43, dan 27,50. Nilai *firm size* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan memiliki total aset yang lebih kecil dibandingkan perusahaan lainnya.

3) *Leverage*

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan. Semakin tinggi *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat penggunaan utang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri. Menurut (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang maupun jangka pendeknya. Dalam penelitian ini, *leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*.

Rumus *Debt to Equity Ratio (DER)* menurut (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024), adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Contoh perhitungan *leverage* pada PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) tahun 2025 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{DER} &= \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \\ \text{DER} &= \frac{945.865.000.000}{1.144.016.000.000} \\ \text{DER} &= 0,826 \end{aligned}$$

Keterangan:

Pada tahun 2025 PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) memiliki nilai *Debt to Equity Ratio (DER)* sebesar 0,826 yang artinya bahwa dalam setiap Rp1 ekuitas yang dimiliki perusahaan terdapat utang sebesar Rp0,826. Nilai *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan modal sendiri dibandingkan utang dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan.

Dibawah ini disajikan data mengenai nilai *Debt to Equity Ratio (DER)* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Tabel 4.4

Nilai *Debt to Equity Rasio (DER)*

NO.	KODE	<i>Debt to Equity Rasio (DER)</i>		
		2023	2024	2025
1	AISA	0,910	0,877	0,826
2	BRPT	1,468	1,514	1,870
3	CMNT	3,509	4,428	0,465
4	ESTI	2,080	1,861	1,707
5	FISH	1,747	1,984	1,829
6	GDS	0,749	1,031	1,478
7	ICBP	0,920	0,879	0,839
8	INDF	0,857	0,850	0,812
9	INKP	0,687	0,837	0,804
10	KINO	1,870	1,727	1,558
11	KBLI	0,146	0,119	0,151
12	MBMA	0,412	0,462	0,590
13	MOLI	0,495	0,427	0,119
14	MRAT	0,578	0,426	0,391
15	MYOR	0,561	0,738	0,708

NO.	KODE	<i>Debt to Equity Rasio (DER)</i>		
		2023	2024	2025
16	SMCB	0,775	0,629	0,543
17	SMBR	0,535	0,501	0,398
18	SMGR	0,664	0,551	0,568
19	UNVR	3,928	6,465	3,473
20	WIIM	0,394	0,579	0,447
Tertinggi		3,928	6,465	3,473
Terendah		0,146	0,119	0,119
Rata-Rata		1,164	1,344	0,971

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Debt to Equity Ratio (DER)* perusahaan manufaktur periode 2023-2025 memiliki nilai yang berbeda pada setiap perusahaan. Pada tahun 2023 nilai *DER* tertinggi dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 3,928 dan nilai terendah dimiliki oleh PT KMI Wire and Cable Tbk. (KBLI) sebesar 0,146. Pada tahun 2024 nilai *DER* tertinggi juga dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 6,465 sedangkan nilai terendah dimiliki oleh PT KMI Wire and Cable Tbk. (KBLI) sebesar 0,119.

Pada tahun 2025 nilai *DER* tertinggi dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 3,473 dan nilai terendah dimiliki oleh PT MOLI sebesar 0,119. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah nilai *DER* maka utang yang digunakan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan lebih kecil dibandingkan modal sendiri. Sebaliknya, semakin tinggi nilai *DER* menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan utang dibandingkan modal sendiri dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan.

c. Deskripsi Data Variabel Mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel yang berperan sebagai perantara atau penghubung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel mediasi digunakan untuk mengetahui

apakah variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel perantara. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan adalah profitabilitas.

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya dan aset secara efisien sehingga menghasilkan laba yang optimal. Menurut (Widyakto et al., 2025), profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Assets (ROA)*.

Rumus *Return on Assets (ROA)* menurut (Widyakto et al., 2025), adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Contoh perhitungan *Return On Asset (ROA)* pada PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) pada tahun 2025 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} ROA &= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\ ROA &= \frac{89.133.000.000}{2.089.881.000.000} \times 100\% \\ ROA &= 0,042 \end{aligned}$$

Keterangan:

Pada tahun 2025 PT FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) memiliki nilai *Return on Assets (ROA)* sebesar 0,042 atau 4,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap Rp1 total aset yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar

Rp0,042. Semakin tinggi nilai *ROA* menunjukkan bahwa perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba perusahaan.

Dibawah ini disajikan data mengenai nilai *Return on Assets (ROA)* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Tabel 4.5

Nilai *Return on Assets (ROA)*

NO.	KODE	<i>Return on Assets (ROA)</i>		
		2023	2024	2025
1	AISA	0,010	0,035	0,042
2	BRPT	0,009	0,011	0,093
3	CMNT	0,008	0,041	0,008
4	ESTI	0,026	0,014	0,023
5	FISH	0,050	0,018	0,019
6	GDS	0,095	0,037	0,020
7	ICBP	0,070	0,069	0,079
8	INDF	0,061	0,064	0,071
9	INKP	0,040	0,036	0,036
10	KINO	0,016	0,019	0,028
11	KBLI	0,038	0,072	0,061
12	MBMA	0,010	0,023	0,026
13	MOLI	0,046	0,009	0,057
14	MRAT	0,022	0,006	0,000
15	MYOR	0,135	0,103	0,092
16	SMCB	0,040	0,035	0,032
17	SMBR	0,025	0,026	0,036
18	SMGR	0,028	0,010	0,002
19	UNVR	0,288	0,209	0,381
20	WIIM	0,192	0,098	0,130
Tertinggi		0,288	0,209	0,381
Terendah		0,008	0,006	0,000
Rata-Rata		0,060	0,047	0,062

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Return on Assets (ROA)* perusahaan manufaktur periode 2023–2025 menunjukkan perbedaan pada setiap perusahaan. Pada tahun 2023 nilai *ROA* tertinggi dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 0,288 dan nilai terendah dimiliki oleh PT Cemindo Gemilang Tbk. (CMNT) sebesar 0,008. Pada tahun 2024 nilai *ROA*

tertinggi juga dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 0,209, sedangkan nilai terendah dimiliki oleh PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) sebesar 0,006. Pada tahun 2025 nilai *ROA* tertinggi dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 0,381 dan nilai terendah dimiliki oleh PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) sebesar 0,000.

Nilai *ROA* yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset secara optimal untuk menghasilkan laba. Sebaliknya, nilai *ROA* yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki masih relatif rendah.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Return on Assets (ROA)* perusahaan manufaktur periode 2023-2025 memiliki nilai yang berbeda pada setiap perusahaan. Pada tahun 2023 nilai *ROA* tertinggi dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 0,288 dan nilai terendah dimiliki oleh PT Cemindo Gemilang Tbk. (CMNT) sebesar 0,008. Pada tahun 2024 nilai *ROA* tertinggi juga dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) sebesar 0,209 sedangkan nilai terendah dimiliki oleh PT Mustika Ratu Tbk. (MRAT) sebesar 0,006.

2. Hasil Analisis Data & Interpretasi

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian, yang mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Nilai minimum dan maksimum menunjukkan nilai terendah dan tertinggi data, sedangkan mean menunjukkan nilai rata-rata dan standar deviasi menunjukkan tingkat penyebaran data.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *CSR*, *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*, *size*, nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value*

(PBV), serta profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Hasil analisis statistik deskriptif dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.6

Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	,265	,897	,65840	,140026
DER	60	,119	6,466	1,16298	1,146714
SIZE	60	27,176	35,857	30,48882	2,088888
PBV	60	,003	50,707	4,53543	10,208264
ROA	60	,000	,382	,05681	,067742
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.6 memperlihatkan gambaran umum statistik deskriptif untuk variabel dependen, independen, dan mediasi dengan jumlah data yang dapat diolah sebanyak 60 data perusahaan. Berikut penjelasan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian:

1) Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan skala rasio menghasilkan nilai minimum sebesar 0,265 dan nilai maksimum sebesar 0,897. Nilai minimum menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang mengungkapkan item CSR dalam jumlah yang relatif lebih sedikit, sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang mengungkapkan item CSR secara lebih luas. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 0,65840 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,140026. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur mengungkapkan informasi CSR sebesar

65,84% dari total item pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian.

2) Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan menggunakan skala rasio menghasilkan nilai minimum sebesar 27,176 dan nilai maksimum sebesar 35,857. Nilai minimum menunjukkan perusahaan dengan total aset yang relatif lebih kecil, sedangkan nilai maksimum menunjukkan perusahaan dengan total aset yang besar. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 30,48882 dengan nilai standar deviasi sebesar 2,088888. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan dalam penelitian memiliki total aset yang cukup besar sehingga mencerminkan kondisi perusahaan yang relatif stabil dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

3) Leverage

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui bahwa variabel leverage yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* menggunakan skala rasio menghasilkan nilai minimum sebesar 0,119 dan nilai maksimum sebesar 6,466. Nilai minimum menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang memiliki tingkat penggunaan utang yang relatif rendah dibandingkan modal sendiri, sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang memiliki tingkat penggunaan utang yang sangat tinggi. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 1,16298 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,146714. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan memiliki penggunaan utang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan.

4) Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui bahwa variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value (PBV)* menggunakan skala rasio menghasilkan nilai minimum sebesar 0,003 dan nilai maksimum sebesar 50,707. Nilai minimum menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang memiliki nilai pasar sangat rendah dibandingkan nilai bukunya, sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang memiliki nilai pasar jauh lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh sebesar 4,53543 dengan nilai standar deviasi sebesar 10,208264. Nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa data *PBV* memiliki tingkat penyebaran yang cukup tinggi, sehingga terdapat perbedaan nilai perusahaan yang cukup besar antar perusahaan dalam penelitian.

5) Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian statistik, variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* dan menggunakan skala rasio memiliki nilai minimum sebesar 0,000 serta nilai maksimum sebesar 0,382. Nilai minimum tersebut menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang belum mampu menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya, sedangkan nilai maksimum mengindikasikan adanya perusahaan yang mampu memperoleh laba relatif tinggi melalui pemanfaatan aset yang dimiliki. Sementara itu, nilai rata-rata (mean) sebesar 0,05681 dengan standar deviasi sebesar 0,067742. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki masih menunjukkan variasi antarperusahaan selama periode penelitian. Nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan nilai rata-rata juga menunjukkan bahwa penyebaran

data profitabilitas cukup beragam, sehingga terdapat perbedaan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam analisis jalur (path analysis) telah memenuhi asumsi-asumsi dasar sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak mengalami bias. Apabila seluruh pengujian asumsi klasik telah memenuhi ketentuan, maka model analisis jalur yang digunakan dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut. Berikut merupakan hasil pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi telah berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik pada dasarnya mensyaratkan residual yang berdistribusi normal agar hasil estimasi tidak bias dan dapat dipercaya. Pengujian normalitas ini dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis grafik maupun analisis statistik, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pola distribusi data residual dalam penelitian.

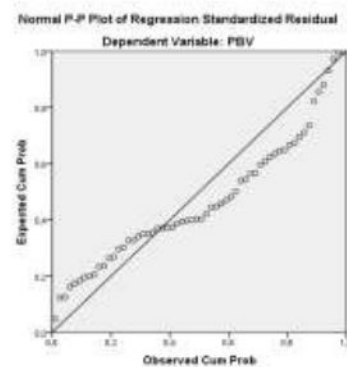
a) Analisis Grafik

Pengujian normalitas data residual dapat dilakukan dengan normal *probability plot* (*P-P Plot*). Normal *probability plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif data sesungguhnya dengan distribusi normal. Jika titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data dikatakan

berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1

Normal Probability Plot



Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan sebagian besar mengikuti arah garis diagonal. Meskipun masih terdapat beberapa titik yang sedikit menjauh dari garis diagonal, penyimpangan tersebut tidak terlalu signifikan dan tidak membentuk pola tertentu yang menyimpang dari distribusi normal. Secara keseluruhan, pola penyebaran data residual telah mengikuti arah garis diagonal dan berada di sekitar garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.

b) Analisis Statistik

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal, penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan bantuan program SPSS. Uji

normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut

Tabel 4.7

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,40588230
Most Extreme Differences	Absolute	,153
	Positive	,153
	Negative	-,102
Test Statistic		,153
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,001, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas belum terpenuhi. Kondisi ini dapat disebabkan oleh adanya beberapa data yang memiliki nilai ekstrem (*outlier*) sehingga memengaruhi pola distribusi data residual.

Menurut (Ghozali, 2021), *outlier* merupakan data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai yang sangat ekstrem, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun

kombinasi variabel. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ketidaknormalan data, peneliti melakukan uji *outlier* dengan mengidentifikasi dan mengeliminasi data yang memiliki nilai ekstrem. Hasil uji normalitas setelah uji outlier adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) Setelah Outlier

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-1,4695720
	Std. Deviation	4,35765724
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,066
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Setelah proses outlier dilakukan dengan mengeluarkan data yang memiliki nilai ekstrem, jumlah sampel penelitian berkurang sebanyak 6 data sehingga total sampel yang digunakan menjadi 54 data observasi. Penghapusan data outlier dilakukan untuk memperoleh model penelitian yang lebih baik dan memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan memenuhi salah satu asumsi dasar yang diperlukan dalam

analisis jalur (path analysis), sehingga data layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2021), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Deteksi multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 .

Adapun hasil pengujian multikolinearitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	,807	1,239
	DER	,920	1,087
	SIZE	,784	1,275
	ROA	,946	1,057

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model penelitian. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga seluruh variabel independen dapat digunakan dalam analisis jalur (path analysis). Maka diketahui masing-masing nilai VIF adalah sebagai berikut:

- a) *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki nilai Tolerance sebesar 0,807 dan nilai *VIF* sebesar 1,239. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *VIF* berada di bawah 10 dan *Tolerance* berada di atas 0,10, sehingga variabel *CSR* tidak mengalami multikolinearitas dengan variabel independen lainnya.
- b) Ukuran Perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,784 dan nilai *VIF* sebesar 1,275. Nilai tersebut masih berada dalam batas yang diperkenankan, yaitu *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10. Dengan demikian, variabel *SIZE* tidak mengalami multikolinearitas.
- c) *Leverage (DER)* memiliki nilai Tolerance sebesar 0,920 dan nilai *VIF* sebesar 1,087. Nilai *VIF* yang mendekati 1 menunjukkan bahwa korelasi antara variabel *DER* dengan variabel independen lainnya sangat rendah. Oleh karena itu, variabel *DER* dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.
- d) Profitabilitas (*ROA*) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,946 dan nilai *VIF* sebesar 1,057. Nilai *VIF* yang sangat dekat dengan 1 menunjukkan bahwa hampir tidak terdapat korelasi dengan variabel independen lainnya. Oleh karena itu, variabel *ROA* tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Ghozali (2021), model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan pada setiap pengamatan. Apabila terjadi heteroskedastisitas, maka hasil estimasi regresi dapat menjadi kurang akurat. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser dan didukung dengan

analisis grafik Scatterplot untuk memastikan tidak terdapat pola tertentu pada penyebaran residual

Tabel 4.10

Hasil Uji Glejser

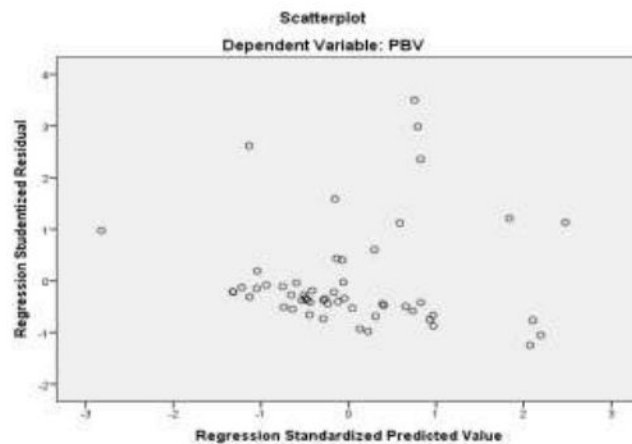
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,840	2,137		,861	,393
CSR	3,159	1,345	,350	2,349	,023
DER	,250	,199	,175	1,253	,216
SIZE	-,106	,078	-,205	-1,360	,180
ROA	3,091	4,143	,103	,746	,459

a. Dependent Variable: ABS_PBV

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Menurut (Ghozali, 2021), uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan Tabel 4.11, diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,023, sedangkan variabel *Leverage (DER)*, Ukuran Perusahaan (*SIZE*), dan Profitabilitas (*ROA*) masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,216, 0,180, dan 0,459. Nilai signifikansi variabel *CSR* lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel lainnya lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat satu variabel yang mengalami gejala heteroskedastisitas, yaitu *CSR*. Oleh karena itu, berdasarkan uji Glejser dapat disimpulkan bahwa model regresi masih mengalami gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.2**Hasil Grafik Scatterplot.**

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Menurut Ghozali (2021), model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik pada grafik Scatterplot menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, melebar, atau menyempit, maka mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan Gambar 4.2, terlihat bahwa titik-titik data residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Selain itu, penyebaran titik tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Dengan demikian, berdasarkan grafik Scatterplot dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2021), uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara residual (kesalahan pengganggu) pada periode pengamatan saat ini (t) dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model

regresi linier. Adanya hubungan tersebut menunjukkan terjadinya gejala autokorelasi dalam model regresi.

Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan menggunakan metode Durbin-Watson (DW). Adapun hasil pengujian autokorelasi dengan metode Durbin-Watson yang telah dilakukan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,447 ^a	,200	,135	1,648327	1,094

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR, DER, SIZE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.12, nilai Durbin-Watson (DW) diperoleh sebesar 1,094. Dalam pengujian autokorelasi, nilai Durbin-Watson dibandingkan dengan nilai batas bawah (dL) dan batas atas (dU) yang diperoleh dari Tabel Durbin-Watson berdasarkan jumlah variabel independen ($k = 4$) dan jumlah observasi ($n = 54$). Hasil perbandingan tersebut digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam model regresi.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,094. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi, sehingga asumsi autokorelasi dalam penelitian ini dapat dikatakan telah terpenuhi. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali, (2021), analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur memungkinkan peneliti untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung (*direct effect*) maupun pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi.

Dalam penelitian ini, analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage (DER)*, dan Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap Nilai Perusahaan (PBV), serta pengaruh tidak langsung melalui Profitabilitas (*ROA*) sebagai variabel mediasi. Analisis jalur dilakukan melalui dua persamaan struktural, yaitu persamaan struktural pertama untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi dan persamaan struktural kedua untuk menguji pengaruh variabel independen serta variabel mediasi terhadap variabel dependen. Hasil pengujian regresi mediasi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Persamaan Regresi I

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,076	,072		1,057	,296
CSR	-,010	,046	-,034	-,220	,826
DER	-,011	,007	-,222	-1,588	,119
SIZE	,000	,003	-,029	-,184	,855

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Tabel 4.13

Hasil Uji Persamaan Regresi II

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,345	3,197		1,359	,180
CSR	4,685	2,012	,331	2,328	,024
DER	,675	,298	,301	2,262	,028
SIZE	-,236	,116	-,293	-2,034	,047
ROA	10,993	6,199	,233	1,773	,082

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan hasil analisis jalur pada Persamaan I diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$ROA = -0,034CSR - 0,222DER - 0,029SIZE + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Koefisien jalur *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -0,034 menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA). Artinya, setiap peningkatan CSR sebesar satu satuan akan menurunkan Profitabilitas (ROA) sebesar 0,034 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- 2) Koefisien jalur *Leverage* (DER) sebesar -0,222 menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA). Artinya, setiap peningkatan *Leverage* sebesar satu satuan akan menurunkan Profitabilitas (ROA) sebesar 0,222 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) Koefisien jalur Ukuran Perusahaan (SIZE) sebesar -0,029 menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap Profitabilitas (ROA). Artinya, setiap peningkatan Ukuran Perusahaan sebesar satu satuan akan

28

menurunkan Profitabilitas (*ROA*) sebesar 0,029 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Berdasarkan hasil analisis jalur pada Persamaan II diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \varepsilon$$

$$PBV = 0,331CSR + 0,301DER - 0,293SIZE + 0,233ROA + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Koefisien jalur *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebesar 0,331 menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*). Artinya, setiap peningkatan *CSR* sebesar satu satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,331 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- 2) Koefisien jalur *Leverage (DER)* sebesar 0,301 menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*). Artinya, setiap peningkatan *Leverage* sebesar satu satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,301 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) Koefisien jalur Ukuran Perusahaan (*SIZE*) sebesar -0,293 menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*). Artinya, setiap peningkatan Ukuran Perusahaan sebesar satu satuan akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,293 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- 4) Koefisien jalur Profitabilitas (*ROA*) sebesar 0,233 menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*). Artinya, setiap peningkatan Profitabilitas sebesar satu satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,233 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

3

Tabel 4.14

Hasil Pengaruh Langsung Antar Variabel

Uji Hipotesis	Koef.	Pengaruh Langsung
H1: Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Nilai Perusahaan	0,331	0,331
H2: Pengaruh Ukuran Perusahaan (<i>SIZE</i>) terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>)	-0,293	-0,293
H3: Pengaruh <i>Leverage (DER)</i> terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>)	0,301	0,301
H4: Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Profitabilitas (<i>ROA</i>)	-0,034	-0,034
H5: Pengaruh Ukuran Perusahaan (<i>SIZE</i>) terhadap Profitabilitas (<i>ROA</i>)	-0,029	-0,029
H6: Pengaruh <i>Leverage (DER)</i> terhadap Profitabilitas (<i>ROA</i>)	-0,222	-0,222
H7: Pengaruh Profitabilitas (<i>ROA</i>) terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>)	0,233	0,233

Sumber: Output SPSS 23 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14, diketahui bahwa pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) sebesar 0,331, pengaruh langsung Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) sebesar -0,293, dan pengaruh langsung *Leverage (DER)* terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) sebesar 0,301. Selanjutnya, pengaruh langsung *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Profitabilitas (*ROA*) sebesar -0,034, pengaruh langsung Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap Profitabilitas (*ROA*) sebesar -0,029, serta pengaruh langsung *Leverage (DER)* terhadap Profitabilitas (*ROA*) sebesar -0,222. Adapun pengaruh langsung Profitabilitas (*ROA*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) sebesar 0,233. Nilai koefisien jalur tersebut menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel dalam model penelitian, baik secara langsung terhadap variabel dependen maupun melalui variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.15
Hasil Pengaruh Tidak Langsung

Uji Hipotesis	Koef. Dan Perhitungan	Pengaruh Tidak Langsung
H8: Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>) melalui Profitabilitas (<i>ROA</i>)	$(H4 \times H7)$ $(-0,034) \times (0,233)$	-0,008
H9: Pengaruh Ukuran Perusahaan (<i>SIZE</i>) terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>) melalui Profitabilitas (<i>ROA</i>)	$(H5 \times H7)$ $(-0,029) \times (0,233)$	-0,007
H10: Pengaruh Leverage (<i>DER</i>) terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>) melalui Profitabilitas (<i>ROA</i>)	$(H6 \times H7)$ $(-0,222) \times (0,233)$	-0,052

Sumber: Output SPSS 23 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.15, diketahui bahwa pengaruh tidak langsung *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*) sebesar -0,008. Pengaruh tidak langsung Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*) sebesar -0,007. Sementara itu, pengaruh tidak langsung Leverage (*DER*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*) sebesar -0,052. Nilai tersebut menunjukkan besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh masing-masing variabel independen terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel mediasi.

Tabel 4.16
Total Pengaruh

Uji Hipotesis	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
H8: Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>) melalui Profitabilitas (<i>ROA</i>)	0,331	-0,008	0,323
H9: Pengaruh Ukuran Perusahaan (<i>SIZE</i>) terhadap Nilai Perusahaan (<i>PBV</i>) melalui Profitabilitas (<i>ROA</i>)	-0,293	-0,007	-0,300

Uji Hipotesis	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
H10: Pengaruh Leverage (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Profitabilitas (ROA)	0,301	-0,052	0,249

Sumber: Output SPSS 23 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.16, diketahui bahwa pengaruh total *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Profitabilitas (ROA) sebesar 0,323. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setelah memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung melalui Profitabilitas, CSR tetap memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh total Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Profitabilitas (ROA) sebesar -0,300. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh total yang negatif terhadap Nilai Perusahaan setelah mempertimbangkan peran Profitabilitas sebagai variabel mediasi. Sementara itu, pengaruh total *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Profitabilitas (ROA) sebesar 0,249. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh total yang positif terhadap Nilai Perusahaan setelah memperhitungkan pengaruh tidak langsung melalui Profitabilitas.

d. Koefisien Determinasi Q-Square

Koefisien determinasi pada analisis jalur digunakan untuk mengetahui kemampuan model penelitian dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Pengukuran koefisien determinasi dilakukan melalui nilai *R Square* (R^2) pada masing-masing persamaan dan koefisien determinasi total (*Q-Square*). Semakin besar nilai R^2 dan *Q-Square*, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 dan *Q-Square* menunjukkan

bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen semakin terbatas. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,233 ^a	,054	-,002	,037605

a. Predictors: (Constant), SIZE, DER, CSR

Berdasarkan Tabel 4.17 diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,054 atau 5,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage (DER)*, dan Ukuran Perusahaan (*SIZE*) mampu menjelaskan variasi Profitabilitas (*ROA*) sebesar 5,4%.

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan II

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,447 ^a	,200	,135	1,648327

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR, DER, SIZE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output SPSS 23, Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,200 atau 20,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage (DER)*, Ukuran Perusahaan (*SIZE*), dan Profitabilitas (*ROA*) mampu menjelaskan variasi Nilai Perusahaan (*PBV*) sebesar 20,0%.

Menurut Ghozali (2021), koefisien determinasi total (*Q-Square*) digunakan untuk mengukur kemampuan model penelitian dalam menjelaskan keragaman data yang diteliti. Nilai *Q-Square* menunjukkan seberapa besar informasi yang dapat dijelaskan oleh

model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Apabila nilai $Q\text{-Square}$ lebih besar dari 0 ($Q^2 > 0$), maka model memiliki relevansi prediktif sehingga mampu menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Sebaliknya, apabila nilai $Q\text{-Square}$ sama dengan atau kurang dari 0 ($Q^2 \leq 0$), maka model tidak memiliki relevansi prediktif yang baik. Semakin besar nilai $Q\text{-Square}$ yang diperoleh dan semakin mendekati angka 1, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan keragaman data penelitian. Nilai $Q\text{-Square}$ diperoleh berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) pada masing-masing persamaan struktural.

Tabel 4.19

Nilai R Square untuk Perhitungan $Q\text{-Square}$

Persamaan	Variabel Dependen	R Square
Persamaan I	Profitabilitas (ROA)	0,054
Persamaan II	Nilai Perusahaan (PBV)	0,200

Sumber: Output SPSS 23 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.19, diketahui bahwa nilai $R\text{ Square}$ pada Persamaan I sebesar 0,054 dan nilai $R\text{ Square}$ pada Persamaan II sebesar 0,200. Nilai $R\text{ Square}$ tersebut kemudian digunakan untuk menghitung koefisien determinasi total ($Q\text{-Square}$). Perhitungan nilai $Q\text{-Square}$ dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \\
 Q^2 &= 1 - (1 - 0,054)(1 - 0,200) \\
 Q^2 &= 1 - (0,946 \times 0,800) \\
 Q^2 &= 1 - 0,7568 \\
 Q^2 &= 0,2432 \\
 Q^2 &= 24,32\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0,2432 atau 24,32%. Karena nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 ($Q^2 > 0$), maka model penelitian memiliki relevansi prediktif dan mampu menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan keragaman data sebesar 24,32%.

e. Uji Hipotesis Dengan Metode *Bootstrapping*

Menurut Ghazali, (2021), uji mediasi dengan metode *bootstrapping* digunakan untuk menguji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) suatu variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *BootLLCI* dan *BootULCI*. Apabila rentang interval kepercayaan tidak melewati angka nol (0), maka pengaruh mediasi dinyatakan signifikan. Sebaliknya, apabila rentang interval kepercayaan melewati angka nol (0), maka pengaruh mediasi dinyatakan tidak signifikan. Dalam penelitian ini, pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui peran Profitabilitas (*ROA*) dalam memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (*CSR*), Ukuran Perusahaan (*SIZE*), dan *Leverage* (*DER*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*).

- 1) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*)

Tabel 4.20

Hasil Uji Hipotesis Metode *Bootstrapping*

```
***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****
```

Direct effect of X on Y:					
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
4,685	2,012	2,328	,024	,641	8,729

Indirect effect(s) of X on Y:			
Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Z	-,111	,688	-2,149

```
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****
```

Sumber: Output SPSS 23 (Data diolah *Process Hayes*)

Berdasarkan hasil uji bootstrapping diperoleh nilai *indirect effect* sebesar -0,111 dengan nilai *BootLLCI* sebesar -2,149 dan *BootULCI* sebesar 0,558. Hasil tersebut menunjukkan bahwa interval kepercayaan masih melewati angka nol (-2,149 sampai 0,558), sehingga pengaruh tidak langsung CSR terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas tidak signifikan. Dengan demikian, Profitabilitas (*ROA*) tidak mampu memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*), sehingga H8 ditolak.

- 2) Pengaruh Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*)

Tabel 4.21

Hasil Uji Hipotesis Dengan *Bootstrapping*

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****						
Direct effect of X on Y:						
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	
-.236	.116	-2.034	.047	-.470	-.003	
Indirect effect(s) of X on Y:						
Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI			
Z	-.005	.034	-.043	.097		
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****						

Sumber: Output SPSS 23 (Data diolah *Process Hayes*)

Berdasarkan hasil uji bootstrapping diperoleh nilai *indirect effect* sebesar -0,005 dengan nilai *BootLLCI* sebesar -0,043 dan *BootULCI* sebesar 0,097. Hasil tersebut menunjukkan bahwa interval kepercayaan masih melewati angka nol (-0,043 sampai 0,097), sehingga pengaruh tidak langsung Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas tidak signifikan. Dengan demikian, Profitabilitas (*ROA*) tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan (*SIZE*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*), sehingga H9 ditolak.

- 3) Pengaruh *Leverage* (*DER*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*)

Tabel 4.22

Hasil Uji Hipotesis Dengan *Bootstrapping*

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****					
Direct effect of X on Y					
Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
,675	,298	2,262	,028	,075	1,274
Indirect effect(s) of X on Y:					
Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI		
z	-,116	,096	-,357	,007	
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****					

Sumber: Output SPSS 23 (Data diolah *Process Hayes*)

Berdasarkan hasil uji bootstrapping diperoleh nilai *indirect effect* sebesar -0,116 dengan nilai *BootLLCI* sebesar -0,357 dan *BootULCI* sebesar 0,007. Hasil tersebut menunjukkan bahwa interval kepercayaan masih melewati angka nol (-0,357 sampai 0,007), sehingga pengaruh tidak langsung *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas tidak signifikan. Dengan demikian, Profitabilitas (*ROA*) tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* (*DER*) terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*), sehingga H10 ditolak.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,024 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,024 < 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar 0,331. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*), sehingga H1 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *CSR* perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Pengungkapan *CSR* mampu meningkatkan kepercayaan

investor terhadap keberlanjutan perusahaan sehingga mendorong peningkatan penilaian pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Sinyal (*Signaling Theory*) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR merupakan sinyal positif bagi investor mengenai kualitas dan keberlanjutan perusahaan. Selain itu, Teori Legitimasi juga menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR dapat meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap aktivitas perusahaan sehingga memperkuat reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Muhlis & Sari (2021) serta Yuvianita et al (2022) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,047 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,047 < 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar -0,293. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H2 diterima. Nilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan cenderung menurun. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan belum tentu mampu menghasilkan kinerja yang optimal sehingga tidak selalu memperoleh respon positif dari investor.

Menurut Goh (2023), ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya dan stabilitas operasional perusahaan. Namun investor tidak hanya mempertimbangkan besarnya aset, melainkan juga efektivitas pengelolaan aset tersebut dalam menghasilkan keuntungan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Arsyada et al. (2022) dan Nurmansyah et al. (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu meningkatkan kredibilitas dan nilai perusahaan. Perbedaan hasil dapat disebabkan oleh karakteristik perusahaan manufaktur yang memiliki aset besar namun belum dimanfaatkan secara optimal.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,028 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,028 < 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar 0,301. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara efektif mampu meningkatkan nilai perusahaan. Investor dapat menilai penggunaan utang sebagai upaya perusahaan untuk melakukan ekspansi dan meningkatkan kinerja usaha.

Hasil ini sesuai dengan Teori Sinyal yang menyatakan bahwa penggunaan utang dapat menjadi sinyal optimisme manajemen terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan Zakaria et al. (2025) yang menyatakan bahwa *leverage* yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kapasitas pembiayaan perusahaan dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,826 yang lebih besar dari 0,05 ($0,826 > 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar -0,034. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *CSR* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (*ROA*), sehingga H4 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* belum mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Manfaat *CSR* cenderung bersifat jangka panjang sehingga belum tercermin pada profitabilitas perusahaan selama periode penelitian.

Meskipun menurut Teori Sinyal *CSR* dapat meningkatkan reputasi perusahaan, manfaat tersebut tidak selalu langsung berdampak pada peningkatan laba. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang menyatakan bahwa *CSR* mampu meningkatkan profitabilitas

melalui peningkatan loyalitas pelanggan dan hubungan yang baik dengan stakeholder.

5. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,855 yang lebih besar dari 0,05 ($0,855 > 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar -0,029. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA), sehingga H5 ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya aset perusahaan tidak menjamin kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang lebih tinggi. Profitabilitas lebih dipengaruhi oleh efektivitas penggunaan aset dibandingkan jumlah aset yang dimiliki. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Nurmansyah et al. (2023) yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mempertahankan profitabilitas.

6. Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,119 yang lebih besar dari 0,05 ($0,119 > 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar -0,222. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA), sehingga H6 ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan utang belum mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tingginya beban bunga dapat mengurangi manfaat penggunaan utang terhadap profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Putri et al. (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

7. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,082 yang lebih besar dari 0,05 ($0,082 > 0,05$) dengan koefisien jalur sebesar 0,233. Hasil tersebut menunjukkan

7 bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H7 ditolak.

4 Hasil ini menunjukkan bahwa investor pada perusahaan manufaktur periode 2023-2025 tidak hanya mempertimbangkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti prospek pertumbuhan, kondisi industri, dan kebijakan perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Pratami & Jamil (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5 8. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

5 Berdasarkan hasil uji bootstrapping diperoleh nilai *Effect* sebesar -0,111, *BootLLCI* sebesar -2,149, dan *BootULCI* sebesar 0,558. Karena interval kepercayaan (*BootLLCI* dan *BootULCI*) masih mencakup angka nol ($-2,149 < 0 < 0,558$), maka pengaruh tidak langsung *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) melalui Profitabilitas (*ROA*) dinyatakan tidak signifikan. Dengan demikian, H8 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (*ROA*) tidak mampu memediasi hubungan antara *CSR* dan Nilai Perusahaan. Meskipun *CSR* terbukti berpengaruh langsung terhadap Nilai Perusahaan, pelaksanaan *CSR* belum mampu meningkatkan Profitabilitas secara signifikan sehingga tidak menghasilkan pengaruh tidak langsung terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas.

12 Berdasarkan Teori Sinyal, pengungkapan *CSR* dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai komitmen perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Namun, manfaat ekonomi dari kegiatan *CSR* cenderung bersifat jangka panjang sehingga belum mampu meningkatkan profitabilitas dalam periode penelitian. Akibatnya, Profitabilitas tidak dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan Aulia et al.

(2025) yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan karena manfaat CSR lebih banyak dirasakan dalam jangka panjang dibandingkan peningkatan laba jangka pendek.

9. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji bootstrapping diperoleh nilai *Effect* sebesar -0,005, *BootLLCI* sebesar -0,043, dan *BootULCI* sebesar 0,097. Karena interval kepercayaan masih mencakup angka nol ($-0,043 < 0 < 0,097$), maka pengaruh tidak langsung Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas dinyatakan tidak signifikan. Dengan demikian, H9 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan belum tentu mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan ukuran perusahaan tidak secara otomatis meningkatkan profitabilitas yang kemudian berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Goh (2023) ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya yang dimiliki perusahaan. Namun, besarnya sumber daya tersebut harus didukung oleh pengelolaan yang efektif agar mampu menghasilkan keuntungan yang optimal. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap profitabilitas sehingga peran mediasi profitabilitas tidak dapat terbentuk. Hasil penelitian ini sejalan dengan Loekito & Setiawati (2021) yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan karena efektivitas pengelolaan aset lebih penting dibandingkan jumlah aset yang dimiliki perusahaan.

10. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji bootstrapping diperoleh nilai *Effect* sebesar -0,116, *BootLLCI* sebesar -0,357, dan *BootULCI* sebesar 0,007. Karena interval kepercayaan masih mencakup angka nol ($-0,357 < 0 < 0,007$), maka pengaruh tidak langsung *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas dinyatakan tidak signifikan. Dengan demikian, H10 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara *Leverage* dan Nilai Perusahaan. Penggunaan utang yang dilakukan perusahaan belum mampu meningkatkan Profitabilitas secara signifikan sehingga tidak memberikan pengaruh tidak langsung terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan Teori Sinyal, penggunaan utang dapat memberikan sinyal positif kepada investor apabila dana yang diperoleh mampu digunakan secara produktif untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Namun dalam penelitian ini, *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas sehingga Profitabilitas tidak dapat menjadi perantara dalam hubungan antara *Leverage* dan Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Zulkifli et al. (2023) yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan utang menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan laba dan nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin dari penilaian investor terhadap perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan arah pengaruh negatif, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan tidak selalu diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan, sehingga investor tidak hanya mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam memberikan penilaian.
3. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara tepat dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.
4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, sehingga hipotesis keempat (H4) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan belum mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan profitabilitas selama periode penelitian.
5. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, sehingga hipotesis kelima (H5) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa besar

- kecilnya aset perusahaan belum tentu mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.
6. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, sehingga hipotesis keenam (H6) ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan utang perusahaan belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas.
 7. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis ketujuh (H7) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan manufaktur selama periode penelitian.
 8. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis kedelapan (H8) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh *CSR* terhadap Nilai Perusahaan lebih banyak terjadi secara langsung dibandingkan melalui Profitabilitas.
 9. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis kesembilan (H9) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan profitabilitas.
 10. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis kesepuluh (H10) ditolak. Dengan demikian, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan tidak terjadi melalui profitabilitas, melainkan lebih dominan melalui pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan.

B. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi, khususnya pada bidang akuntansi keuangan yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

periode 2023-2025. Selain itu, implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan upaya peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri merupakan salah satu indikator yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, sekaligus menjadi pertimbangan utama bagi investor dalam melakukan investasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, seperti penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, pengelolaan struktur pendanaan yang tepat, serta optimalisasi pemanfaatan aset perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Teori Stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan. Melalui pelaksanaan CSR yang baik, perusahaan dapat meningkatkan citra serta kepercayaan masyarakat maupun investor, sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa pengelolaan utang secara tepat dapat menjadi sumber pendanaan yang mendukung kegiatan operasional serta pengembangan usaha perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan juga terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa karakteristik dan kondisi perusahaan turut memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan tersebut.

Namun demikian, profitabilitas dalam penelitian ini tidak mampu memediasi pengaruh CSR, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak selalu dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang menjadi pertimbangan investor dalam menilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan serta peran

profitabilitas sebagai variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur dan bahan kajian bagi akademisi maupun praktisi dalam memahami hubungan antara *CSR*, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1) Bagi Perusahaan

Perusahaan manufaktur diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara berkelanjutan karena terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu mengelola penggunaan utang dan aset yang dimiliki secara lebih efektif dan efisien agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan, memperoleh kepercayaan investor, serta meningkatkan nilai perusahaan di masa mendatang. Dengan pengelolaan yang baik, perusahaan diharapkan mampu menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing perusahaan.

2) Bagi Investor

Investor diharapkan tidak hanya mempertimbangkan tingkat keuntungan perusahaan dalam mengambil keputusan investasi, tetapi juga memperhatikan informasi mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Ketiga faktor tersebut terbukti memengaruhi nilai perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menilai prospek dan keberlanjutan perusahaan sebelum melakukan investasi. Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, investor diharapkan dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat dan rasional.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan, *Good Corporate Governance (GCG)*,

19

19

57

kepemilikan institusional, dan likuiditas. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas periode pengamatan dan menambah jumlah sampel agar hasil penelitian lebih komprehensif serta mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkaya referensi empiris dan memberikan temuan yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.



PERSETUJUAN BAU :



**BERITA ACARA
KEMAJUAN PEMBIMBINGAN
PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH**

1. NAMA MAHASISWA : Yuliana
NPM : 2212020145
Fak/Jur/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi
Alamat Rumah : Ds. Sengket Kec. Berbek Kab. Nganjuk
Alamat email : yana09114@gmail.com
No. Telp./HP : 085812613658
2. DOSEN PEMBIMBING I : Mar'atus Solikah M.Ak
Alamat Rumah : Jl. Mayjend Ronggowaluyo No. 4 Kediri
Alamat email : solikahkediri@gmail.com
No. Telp. / HP : 0812 3508 8848
3. DOSEN PEMBIMBING II : Andy Kurniawan, S.E., M.Ak
Alamat Rumah : Kertorono
Alamat email : andykurniawan@unpkediri.ac.id
No. Telp. / HP : 0852 3353 9494
4. JUDUL KTI : Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2023 - 2025

Catatan :

1. Periode Bimbingan (Sesuai SK Rektor) : _____
2. Jadwal Bimbingan : _____

	Hari	Pukul	Tempat / Ruang
Pembimbing I	Senin	10.00 - 12.00	Prodi Akuntansi
	Kamis	10.00 - 12.00	
Pembimbing II	Paku	13.00	Prodi Akuntansi

3. Kemajuan Bimbingan

Pembimbing I

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1.	4-4-26	Judul	Acc	
2.	6-4-26	Bab I	LB masalah, halaman, kata-kata an penelitian	
3.	8-4-26	Bab II	Acc	
4.	8-4-26	Bab III	Rumus, kerangka konsep, hipotesis	
5.	10-4-26	Bab III	Acc	
6.	10-4-26	Bab III	op. variabel, sub bab, kriteria sampel, prosedur	
7.	6-4-26	Bab III	Acc	
8.	15-6-26	Bab IV	analisis Data	
9.	22-6-26	Bab IV	Acc	
10.	23-6-26	Bab V	Simpulan	
11.	24-6-26	Bab V	Acc	
12.	25-6-26	Abstrak	Acc	
13.	26-6-26	Daftar Isi	Acc	
		ditu		

Pembimbing II

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1	4-4-2026	Judul	Acc	
2	12-4-2026	Bab I	latar belakang (novelty)	
3	15-4-2026	Bab II	Acc	
4	29-4-2026	Bab II	Revisi kerangka berpikir	
5	30-4-2026	Bab II	Revisi Definisi Penelitian	
6	6-5-2026	Bab II	Acc	
7	8-5-2026	Bab III	Metode penelitian	
8	15-5-2026	Bab III	Acc	
9	16-6-2026	Bab IV	Statistik	
10	18-6-2026	Bab IV	Penyimpulan	
11	25-6-2026	Bab IV	Acc	
12	.	Bab V	Revisi	
13		Bab V	Acc	
14		Abstrak	Acc	

Mengetahui,
Kaprodik

SUGIT PUJI. W. M. Ak
NIDN 0716057101

Kediri, 29 Juni 2026
Mahasiswa Ybs,

Yuliana
NPM 2212020195

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI/TESIS



Nama : Yuliana
 NPM : 2212020145
 Prodi : Akuntansi
 Semester : GNP
 Thn Akademik : 25/26

No.	Sem/TA	Tanggal	Dosen Pembimbing	Materi	Catatan
1	GNP 25/26	04 April 2026	Mar'atus SolikÃ h	Judul Penelitian	ACC.
2	GNP 25/26	06 April 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB I	rumusan masalah, halaman, kebaruan penelitian.
3	GNP 25/26	08 April 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB I	ACC.
4	GNP 25/26	08 April 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB II	rumus, kerangka konseptual, hipotesis.
5	GNP 25/26	10 April 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB II	ACC.
6	GNP 25/26	10 April 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB III	operasional variabel, sub bab, kriteria sampel,
7	GNP 25/26	06 Mei 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB III	ACC. prosedur.
8	GNP 25/26	15 Juni 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB IV	analisis data.
9	GNP 25/26	22 Juni 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB IV	ACC.
10	GNP 25/26	23 Juni 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB V	Simpulan.
11	GNP 25/26	24 Juni 2026	Mar'atus SolikÃ h	BAB V	ACC.
12	GNP 25/26	25 Juni 2026	Mar'atus SolikÃ h	Lainnya	Abstrak.
13	GNP 25/26	26 Juni 2026	Mar'atus SolikÃ h	Lainnya	ACC.
14	GNP 25/26	04 April 2026	ANDY KURNIAWAN	Judul Penelitian	ACC.
15	GNP 25/26	13 April 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB I	latar belakang (novelty).
16	GNP 25/26	13 April 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB I	ACC.
17	GNP 25/26	29 April 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB II	kerangka berpikir.
18	GNP 25/26	30 April 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB II	revisi penelitian.
19	GNP 25/26	06 Mei 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB II	ACC.
20	GNP 25/26	08 Mei 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB III	metode penelitian.

No.	Sem/TA	Tanggal	Dosen Pembimbing	Materi	Catatan
21	GNP 25/26	15 Mei 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB III	ACC.
22	GNP 25/26	15 Juni 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB IV	metode.
23	GNP 25/26	24 Juni 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB IV	pembahasan.
24	GNP 25/26	25 Juni 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB IV	ACC.
25	GNP 25/26	25 Juni 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB V	simpulan.
26	GNP 25/26	26 Juni 2026	ANDY KURNIAWAN	BAB V	ACC.
27	GNP 25/26	26 Juni 2026	ANDY KURNIAWAN	Lainnya	ACC.

Kaprodi Akuntansi

Dosen Pembimbing Akademik

Dosen Pembimbing Utama

✔ Valid

✔ Valid

✔ Valid

(SIGIT PUJI WINARKO, S.E.,S.Pd,M.Ak.) ANDY KURNIAWAN, S.E., M.Ak) (ANDY KURNIAWAN, S.E., M.Ak)



Universitas Nusantara PGRI Kediri

Status Terakreditasi Baik Sekali

SK BAN-PT No.671/SK/BAN-PT/Akred/PT/VII/2021 Tanggal 21 Juli 2021

Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM)

Kampus I Jl. K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri 64112 Telp.(0354)771576,771503 Kediri

Website: <https://lp2m.unpkediri.ac.id> email: lemlit@unpkediri.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 21 Juli 2026 bertempat di Ruang UJIAN L5 Universitas Nusantara PGRI Kediri, telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri :



Nama : Yuliana
NPM : 2212020145
Prodi : S1-Akuntansi
Semester/Tahun Akademik : Genap, 25/26
Judul : Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2023-2025
Dengan Hasil : Revisi Naskah
Nilai : 83 (A-)

Ketua Penguji

Valid

(Mar'atus SolikÃ h, S.E, M.Ak)

Penguji 1

Valid

(SIGIT PUJI WINARKO,
S.E.,S.Pd,M.Ak.)

Penguji 2

Valid

(ANDY KURNIAWAN, S.E., M.Ak)

NB:

- Input Nilai dilakukan oleh Ketua Penguji, Penguji 1, dan Penguji ke-n melalui siacad
- Nilai Final berasal dari gabungan seluruh dosen penguji
- Daftar Dosen yang telah mengisi nilai: Mar'atus SolikÃ h, Sigit Puji Winarko, Andy Kurniawan
- Pastikan semua penguji telah melakukan input nilai



Universitas Nusantara PGRI Kediri

Status Terakreditasi Baik Sekali

SK BAN-PT No.671/SK/BAN-PT/Akred/PT/VI/2021 Tanggal 21 Juli 2021

Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM)

Kampus I Jl. K.H. Achmad Dahlan 78 Kediri 64112 Telp. (0354) 771576, 771503 Kediri

Website: <https://lp2m.unpkediri.ac.id> email: lemit@unpkediri.ac.id

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI



Nama : Yuliana
NPM : 2212020145
Prodi : S1-Akuntansi
Semester/Tahun Akademik : Genap, 25/26
Hari/Tanggal Ujian : Selasa / 21 Juli 2026
Judul : Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2023-2025
Dengan Hasil : Revisi Naskah
Nilai : 83 (A-)

Catatan Revisi:

LATAR BELAKANG

ANALISIS DATA

REDAKSI PENULISAN, segera revisi, Nilai 85 (A)

Ketua Penguji

(Mar'atus Solikah, S.E, M.Ak)

Penguji 1

(SIGIT PUJI WINARKO,
S.E.,S.Pd,M.Ak.)

Penguji 2

(ANDY KURMIWAN, S.E., M.Ak)

NB:

- Tanda Tangan revisi (Ketua Penguji, Penguji 1, dan Penguji ke-n) dilakukan secara manual
- Nilai berasal dari gabungan dari seluruh dosen penguji
- Daftar Dosen yang telah mengisi nilai: Mar'atus Solikah, Sigit Puji Winarko, Andy Kurniawan