



Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi

Yuliana^{1*}, Mar'atus Solikah², Andy Kurniawan³

¹ Program Studi Akuntansi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

²⁻³ Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

*Penulis Korespondensi: yana09114@gmail.com

Abstract. This study is intended to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), firm size, and leverage on firm value, with profitability as a mediating variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2023-2025 period. This research employs a quantitative approach using secondary data obtained from company annual reports. The sample selection was carried out using a purposive sampling technique. The analytical method used is path analysis, processed with the assistance of the SPSS software, while mediation testing is conducted using the bootstrapping method. The results indicate that Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, and Leverage have a significant effect on Firm Value. Meanwhile, Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, and Leverage do not have a significant effect on Profitability, and Profitability does not have a significant effect on Firm Value. Furthermore, the mediation test results reveal that Profitability is unable to mediate the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, and Leverage on Firm Value. Therefore, an increase in firm value is not solely determined by profitability, but is also influenced by other factors such as Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Size, and Leverage.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR); Firm Size; Firm Value; Leverage; Profitability.

Abstrak. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji 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 selama periode 2023-2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis) yang diolah dengan bantuan program SPSS, serta pengujian mediasi yang dilakukan menggunakan metode *bootstrapping*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan dan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, serta Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh Profitabilitas, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan dan *Leverage*.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR); Leverage; Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia bisnis yang semakin cepat dan kondisi ekonomi yang tidak stabil menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan bersaing. Salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan adalah nilai perusahaan yang mencerminkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, inflasi, dan suku bunga, serta faktor internal seperti struktur modal, profitabilitas, efisiensi operasional, dan

kebijakan pengungkapan perusahaan. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value (PBV)* yang menggambarkan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku ekuitas, sehingga digunakan untuk melihat persepsi pasar terhadap perusahaan manufaktur selama periode penelitian.

Berdasarkan data laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan diolah dari www.idx.co.id, nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value (PBV)* mengalami fluktuasi selama periode 2023–2025. Kondisi ini terlihat 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. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan masih mengalami perubahan dari waktu ke waktu, sehingga faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi penting untuk diteliti. Selain itu, perusahaan yang mampu mempertahankan *PBV* di atas 1 cenderung memiliki penilaian pasar yang lebih baik dan prospek investasi yang lebih menjanjikan. Perubahan nilai perusahaan ini mengindikasikan adanya pergeseran persepsi investor terhadap kondisi fundamental perusahaan, seperti efektivitas tata kelola, efisiensi operasional, dan struktur permodalan, yang dapat memengaruhi penilaian pasar terhadap perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk transparansi perusahaan dalam melaporkan kontribusi sosial, ekonomi, dan lingkungan kepada para pemangku kepentingan. *CSR* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative (GRI)*. Semakin luas pengungkapan *CSR*, semakin besar peluang perusahaan membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Yuwono et al. (2024) menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Hidayah dan Viriany (2025) menemukan bahwa *CSR* tidak selalu berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengungkapan *CSR* pada aspek ketenagakerjaan, lingkungan, dan sosial perusahaan manufaktur untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya, kemampuan operasional, dan daya saing perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar kemampuan memperoleh pendanaan dan meningkatkan kepercayaan investor. Ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total aset (*Ln Total Assets*). Penelitian Susanto dan Suryani (2024) menunjukkan pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai

perusahaan, sedangkan Wijaya dan Susilowati (2024) menemukan pengaruh negatif signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu menjamin tingginya nilai perusahaan.

Leverage mencerminkan penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* karena dinilai paling representatif dalam menggambarkan proporsi utang terhadap modal sendiri. *DER* yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan *DER* yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan. Putri et al. (2024) menemukan pengaruh positif leverage terhadap nilai perusahaan, sedangkan Syahrani et al. (2023) menemukan pengaruh negatif signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan leverage dengan nilai perusahaan masih perlu dikaji lebih lanjut.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*. *ROA* yang tinggi menunjukkan efisiensi operasional yang baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Awliya, 2022). Profitabilitas yang stabil juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Lutfi & Panuntun, 2024). Namun, penelitian sebelumnya masih lebih banyak menguji pengaruh langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan belum konsisten menguji perannya sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan profitabilitas sebagai variabel mediasi untuk menguji pengaruh CSR, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan pada penggunaan data perusahaan manufaktur periode 2023-2025 yang diharapkan mampu mencerminkan kondisi perusahaan dan penilaian investor secara lebih aktual. Selain itu, penelitian ini menempatkan profitabilitas sebagai variabel mediasi antara CSR, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis SPSS melalui uji regresi, uji signifikansi, dan uji mediasi. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023-2025 dengan teknik *purposive sampling*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi”.

2. KAJIAN TEORITIS

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan penilaian investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan yang dipengaruhi oleh kualitas informasi, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur keuangan. Teori agensi menjelaskan bahwa perbedaan informasi antara manajer dan pemilik dapat memengaruhi nilai perusahaan, sedangkan teori sinyal menyatakan bahwa pengungkapan informasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor (Ningrum, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan informasi, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara pengaruh *leverage* masih belum konsisten (Xaviera & Rahman, 2023; Kharisma & Priyadi, 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan (Kholis, 2020). Secara teori, CSR berkaitan dengan signaling theory yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR menjadi sinyal positif bagi investor, serta teori legitimasi yang menekankan pentingnya kesesuaian perusahaan dengan nilai sosial agar memperoleh dukungan publik. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui kepercayaan investor (Muhlis & Sari, 2021; Yuvianita et al., 2022), meskipun beberapa studi menemukan hasil tidak signifikan karena dipengaruhi faktor lain seperti profitabilitas dan ukuran perusahaan (Rois et al., 2023).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aset, kapasitas operasional, dan sumber daya, yang mencerminkan kekuatan finansial serta stabilitas usaha (Goh, 2023). Secara teori, ukuran perusahaan berkaitan dengan asimetri informasi, teori organisasi, dan struktur modal, di mana perusahaan yang lebih besar cenderung lebih transparan, memiliki tata kelola lebih kuat, serta lebih mudah memperoleh pendanaan sehingga dipersepsikan lebih stabil oleh investor. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat meningkatkan stabilitas dan kinerja serta memperkuat kredibilitas dan posisi kompetitif (Nurmansyah et al., 2023; Arsyada et al., 2022), namun ada juga hasil yang menyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan tertentu karena dipengaruhi faktor lain seperti profitabilitas (Dewi & Praptoyo, 2022).

Leverage

Leverage adalah penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan yang mencerminkan perbandingan antara dana eksternal dan modal sendiri, yang dapat meningkatkan keuntungan tetapi juga menambah risiko keuangan (Mahmudi & Khaerunnisa, 2024). Secara teori, leverage dijelaskan melalui agency theory yang menekankan risiko konflik kepentingan dan financial distress, serta signaling theory yang menunjukkan bahwa penggunaan utang dapat menjadi sinyal optimisme perusahaan terhadap prospek masa depan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa leverage dapat berpengaruh positif terhadap struktur modal dan efisiensi pendanaan (Zakaria et al., 2025), namun ada juga hasil yang menyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan di sektor tertentu, sehingga dampaknya bergantung pada industri dan kemampuan manajemen risiko perusahaan (Zulkifli et al., 2023).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam suatu periode, yang dapat diukur melalui ROA sebagai indikator efektivitas pengelolaan aset dan modal (Widyakto et al., 2025). Sebagai variabel mediasi, profitabilitas menjembatani pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, di mana profitabilitas yang tinggi dapat memperkuat dampak positif struktur modal terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas rendah dapat melemahkan hubungan tersebut. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yang kemudian berdampak pada nilai perusahaan (Putri et al., 2021), serta profitabilitas juga terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Pratami & Jamil, 2023), meskipun terdapat perbedaan hasil yang menunjukkan bahwa pengaruhnya dapat bervariasi tergantung kondisi perusahaan (Clarisa et al., 2025).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif-kausal untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu sehingga diperoleh 20 perusahaan dengan total 60 unit observasi. Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dengan mengakses laporan resmi perusahaan dan situs BEI.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan SPSS yang meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), serta analisis jalur (path analysis) untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping, sedangkan kekuatan model diuji menggunakan koefisien determinasi (Q-Square). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antarvariabel serta peran profitabilitas sebagai variabel mediasi dalam memengaruhi nilai perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	0,265	0,897	0,65840	0,140026
DER	60	0,119	6,466	1,16298	1,146714
SIZE	60	27,176	35,857	30,48882	2,088888
PBV	60	0,003	50,707	4,53543	10,208264
ROA	60	0,000	0,382	0,05681	0,067742
Valid N (listwise)	60				

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dari 60 data perusahaan, variabel CSR memiliki nilai minimum 0,265 dan maksimum 0,897 dengan rata-rata 0,65840 serta standar deviasi 0,140026 yang menunjukkan rata-rata pengungkapan CSR perusahaan sebesar 65,84%. Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 27,176 dan maksimum 35,857 dengan mean 30,48882 dan standar deviasi 2,088888 yang menggambarkan perusahaan sampel cenderung memiliki aset yang relatif besar dan stabil. *Leverage* (DER) menunjukkan nilai minimum 0,119 dan maksimum 6,466 dengan rata-rata 1,16298 serta standar deviasi 1,146714 yang berarti penggunaan utang perusahaan cukup tinggi dan bervariasi. Nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum 0,003 dan maksimum 50,707 dengan mean 4,53543 serta standar deviasi 10,208264 yang menunjukkan adanya variasi sangat tinggi antarperusahaan. Sementara itu, profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum 0,000 dan maksimum 0,382 dengan rata-rata 0,05681 serta standar deviasi 0,067742 yang menunjukkan kemampuan menghasilkan laba masih relatif rendah dan bervariasi antar perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-1,4695720
	Std. Deviation	4,35765724
	Absolute	,092
Most Extreme Differences	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.

Hasil pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

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

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen yaitu *CSR*, ukuran perusahaan (*SIZE*), *leverage* (*DER*), dan profitabilitas (*ROA*) memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas. Secara rinci, *CSR* memiliki Tolerance 0,807 dan VIF 1,239, *SIZE* memiliki Tolerance 0,784 dan VIF 1,275, *DER* memiliki Tolerance 0,920 dan VIF 1,087, serta *ROA* memiliki Tolerance 0,946 dan VIF 1,057. Seluruh nilai tersebut menunjukkan bahwa korelasi antarvariabel independen sangat rendah, sehingga semua variabel layak digunakan dalam analisis regresi tanpa adanya masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
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

Berdasarkan uji Glejser (Ghozali, 2021), heteroskedastisitas ditentukan dari nilai signifikansi variabel independen terhadap residual, di mana nilai $> 0,05$ menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki nilai signifikansi 0,023 ($< 0,05$) sehingga mengalami gejala heteroskedastisitas, sedangkan variabel leverage (0,216), ukuran perusahaan (0,180), dan profitabilitas (0,459) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi masih menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas pada variabel CSR

Uji Autokorelasi

Tabel 5. 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

Berdasarkan uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson, diperoleh nilai sebesar 1,094 yang kemudian dibandingkan dengan nilai dL dan dU berdasarkan jumlah variabel independen ($k = 4$) dan jumlah observasi ($n = 54$). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai DW tersebut berada pada kategori yang tidak menunjukkan adanya gejala autokorelasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi bebas autokorelasi dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)**Tabel 6.** Hasil Uji Persamaan Regresi I

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

a. Dependent Variable: ROA

Tabel 7. Hasil Uji Persamaan Regresi II

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

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil analisis jalur pada Persamaan I, diperoleh bahwa CSR (-0,034), leverage (-0,222), dan ukuran perusahaan (-0,029) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (ROA), yang berarti setiap peningkatan ketiga variabel tersebut justru diikuti penurunan ROA dengan asumsi variabel lain konstan. Selanjutnya pada Persamaan II, diperoleh bahwa CSR (0,331), leverage (0,301), dan profitabilitas (0,233) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV), sedangkan ukuran perusahaan (-0,293) berpengaruh negatif terhadap PBV. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan CSR, leverage, dan profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan justru menurunkannya dalam model penelitian ini.

Koefisien Determinasi Q-Square**Tabel 8.** Nilai R Square untuk Perhitungan Q-Square

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

Berdasarkan hasil analisis, nilai R Square pada Persamaan I sebesar 0,054 dan Persamaan II sebesar 0,200. Kedua nilai tersebut digunakan untuk menghitung koefisien determinasi total (Q-Square), sehingga diperoleh hasil $Q^2 = 0,2432$ atau 24,32%. Nilai ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif karena Q-Square > 0, serta

mampu menjelaskan keragaman data sebesar 24,32%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Uji Hipotesis Dengan Metode *Bootstrapping*

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

Tabel 9. 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	,558	
***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****					

Berdasarkan hasil uji bootstrapping, diperoleh nilai *indirect effect* sebesar -0,111 dengan *BootLLCI* -2,149 dan *BootULCI* 0,558. Karena interval kepercayaan tersebut melewati angka nol, maka pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas tidak signifikan. Dengan demikian, profitabilitas (ROA) tidak dapat memediasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan (PBV), sehingga H8 ditolak.

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

Tabel 10. 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
-,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 *****					

Berdasarkan hasil uji bootstrapping, diperoleh nilai *indirect effect* sebesar -0,005 dengan *BootLLCI* -0,043 dan *BootULCI* 0,097. Karena interval kepercayaan tersebut masih melewati angka nol, maka pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas tidak signifikan. Dengan demikian, profitabilitas (ROA) tidak mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan (SIZE) dan nilai perusahaan (PBV), sehingga H9 ditolak.

Pengaruh Leverage (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Profitabilitas (ROA)**Tabel 11.** 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
,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 *****					

Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, diperoleh nilai *indirect effect* sebesar -0,116 dengan *BootLLCI* -0,357 dan *BootULCI* 0,007. Karena interval kepercayaan tersebut masih melewati angka nol, maka pengaruh tidak langsung leverage terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas tidak signifikan. Dengan demikian, profitabilitas (ROA) tidak mampu memediasi hubungan antara leverage (DER) dan nilai perusahaan (PBV), sehingga H10 ditolak.

Pembahasan***Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan***

Hasil pengujian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (sig. 0,024 < 0,05; $\beta = 0,331$), sehingga H1 diterima. Semakin tinggi pengungkapan CSR, semakin tinggi nilai perusahaan karena CSR mampu meningkatkan kepercayaan investor terhadap keberlanjutan perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Teori Sinyal dan Teori Legitimasi yang menyatakan bahwa CSR menjadi sinyal positif serta meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Muhlis & Sari (2021) serta Yuvianita et al. (2022).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (sig. 0,047 < 0,05; $\beta = -0,293$), sehingga H2 diterima. Koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, nilai perusahaan cenderung menurun. Hal ini mengindikasikan bahwa besarnya aset belum tentu mampu menghasilkan kinerja yang optimal. Menurut Goh (2023), investor tidak hanya mempertimbangkan jumlah aset, tetapi juga efektivitas pengelolaannya. Hasil ini tidak sejalan dengan Arsyada et al. (2022) dan Nurmansyah et al. (2023).

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ($\text{sig. } 0,028 < 0,05; \beta = 0,301$), sehingga H3 diterima. Penggunaan utang yang dikelola secara efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dipandang investor sebagai upaya ekspansi dan peningkatan kinerja. Temuan ini sesuai dengan Teori Sinyal dan sejalan dengan penelitian Zakaria et al. (2025).

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ($\text{sig. } 0,826 > 0,05; \beta = -0,034$), sehingga H4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat CSR belum mampu meningkatkan laba perusahaan secara langsung karena dampaknya cenderung bersifat jangka panjang. Meskipun CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan menurut Teori Sinyal, manfaat tersebut belum tercermin pada profitabilitas selama periode penelitian.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ($\text{sig. } 0,855 > 0,05; \beta = -0,029$), sehingga H5 ditolak. Besarnya aset perusahaan tidak menjamin kemampuan menghasilkan laba yang lebih tinggi karena profitabilitas lebih dipengaruhi oleh efektivitas penggunaan aset. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Nurmansyah et al. (2023).

Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ($\text{sig. } 0,119 > 0,05; \beta = -0,222$), sehingga H6 ditolak. Penggunaan utang belum mampu meningkatkan laba perusahaan karena tingginya beban bunga dapat mengurangi manfaat penggunaan utang. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Putri et al. (2021).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan ($\text{sig. } 0,082 > 0,05; \beta = 0,233$), sehingga H7 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan laba perusahaan, tetapi juga faktor lain seperti prospek pertumbuhan, kondisi industri, dan kebijakan perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Pratami & Jamil (2023).

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

Hasil uji bootstrapping menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung CSR terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas tidak signifikan ($Effect = -0,111$; $BootLLCI = -2,149$; $BootULCI = 0,558$), sehingga H8 ditolak. Meskipun CSR berpengaruh langsung terhadap Nilai Perusahaan, CSR tidak mampu meningkatkan Profitabilitas secara signifikan sehingga Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan tersebut. Temuan ini sejalan dengan Aulia et al. (2025).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Hasil uji bootstrapping menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas tidak signifikan ($Effect = -0,005$; $BootLLCI = -0,043$; $BootULCI = 0,097$), sehingga H9 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya aset perusahaan belum mampu meningkatkan profitabilitas yang kemudian berdampak pada nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Loekito & Setiawati (2021).

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Hasil uji bootstrapping menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas tidak signifikan ($Effect = -0,116$; $BootLLCI = -0,357$; $BootULCI = 0,007$), sehingga H10 ditolak. Penggunaan utang belum mampu meningkatkan Profitabilitas secara signifikan sehingga Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *Leverage* dan Nilai Perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Zulkifli et al. (2023).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif, sehingga ketiga hipotesis tersebut diterima. Namun, *CSR*, ukuran perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, serta profitabilitas juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis terkait pengaruh langsung terhadap profitabilitas dan peran profitabilitas sebagai mediasi ditolak. Selain itu, profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh CSR, ukuran perusahaan, maupun *leverage* terhadap nilai perusahaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor langsung dibandingkan melalui mekanisme mediasi profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2023–2025.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk meningkatkan pengungkapan CSR serta mengelola aset dan utang secara efektif agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Investor juga perlu mempertimbangkan CSR, ukuran perusahaan, dan leverage dalam pengambilan keputusan investasi, tidak hanya profitabilitas. Sementara itu, peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain serta memperluas periode dan sampel penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih atas bimbingan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan dalam penyusunan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa tanpa arahan dan kontribusi dari berbagai pihak, penelitian ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta pihak yang membutuhkan.

DAFTAR REFERENSI

- Apriliansi, N. A., Mulyati, & Asmawati. (2025). *Pengaruh CSR, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 4(1), 108–120.
- Arsyada, A. B., Fajarini, I., & Wahyuningrum, S. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Profitabilitas , Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating*. 6(April), 1648–1663.
- Aulia, D., Sanusi, F., & Mulyani, A. S. (2025). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 5. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i3.1314>
- Awliya, M. (2022). *Analisis Profitabilitas (Return On Asset (Roa) dan Return On Equity (RoE) Pada PT Sido Muncul Tbk*. 1(1).
- Clarisa, A., Narga, A., & Hermuningsih, S. (2025). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)*. 14(02), 977–991.
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN , PROFITABILITAS , DAN LEVERAGE*.
- Ghozali. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goh, T. S. (2023). *MONOGRAF: FINANCIAL DISTRESS*. Indomedia Pustaka.
- Hidayah, N., & Viriany, V. (2025). Pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan: Apakah Kepemilikan Institusional Berperan sebagai Pemoderasi? *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(7), 2420–2437. <https://doi.org/10.58344/jii.v4i7.6813>
- Juliasari, D., Ana, S. R., Yulianti, A., Heni, & Cahyaningati, R. (2025). *The Role of Profitability in Mediating the Effect of Corporate Social Responsibility on Firm Value*. 9(2), 165–176.

- Kharisma, P., & Priyadi, M. P. (2023). *PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI*. 2011, 258–274.
- Kholis, D. A. (2020). *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi*. Economic & Business Publishing.
- LEVERAGE , DAN CORPORATE SOCIAL. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol 12, No.
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). *ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017–2019*. 18(1), 1–26. <https://doi.org/10.25170/balance.v18i1>
- Lubis, N. A., & Nurwani. (2024). *Pengaruh CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 4(3), 751–757.
- Lutfi, A. A., & Panuntun, B. (2024). *Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas ROA , ROE , dan NPM terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat dalam IDX-MES BUMN*. 03(01), 81–91.
- Mahmudi, B., & Khaerunnisa, E. (2024). *Manajemen Keuangan*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Muhlis, & Sari, gultom karlina. (2021). *Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan*. 9(1).
- Ningrum, E. P. (2021). *Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi*. Adab.
- Nurmansyah, A., Kristianto, G. B., & Saraswati, E. (2023). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI CORPORATE GOVERNANCE*. 3(1), 1–13.
- Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020).* 2(September), 138–150.
- Pramitha, I. A. Y., & Sudana, I. P. (2021). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan Ida*. 615–634.
- Pramudita, N. A., & Setyo, G. (2024). *Environmental social governance*. 7.
- Pratami, Y., & Jamil, C. (2023). *Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Bursa Efek Indonesia*. 34(2), 14–18.
- Putri, D. E., Ilham, R. N., & Syahputri, A. (2021). *Efek Mediasi Profitabilitas Pada Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 1–12. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2856>
- Putri, P. A., Agung, A., & Suarjaya, G. (2024). *PERAN PROFITABILITAS MEMEDIASI PENGARUH LEVERAGE DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*. 13(6), 1026–1047.
- Rahayu, D., & M, N. E. R. U. (2024). *Pengaruh Debt To Equity Ratio , Return On Equity , Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan yang Terindek pada LQ-45 di Bursa Efek Indonesia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Putra Semarang , Indonesia kenaikan harga saham d*. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2, No. 3.
- Rahma, A. F., & Riharjo, I. B. (2024). *PENGARUH PROFITABILITAS , LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN*.

- Rois, D. I. N., Astungkara, A., & Prasetya, K. Y. (2023). *PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR, PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN PADA NILAI PERUSAHAAN*. 07(01), 1–12.
- Safitri, I. I., & Amanah, L. (2023). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12, No. 11.
- Saputra, M. R., Ati Sumiati, S.Pd., M. S., & Dra. Sri Zulaihati, M. S. (2022). *PENGARUH PROFITABILITAS , UKURAN PERUSAHAAN ,.* 3(1), 181–192.
- Sugiyono, P. D. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta Bandung.
- Susanto, E. E., & Suryani, Z. (2024). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*. 3(62293481), 2413–2426.
- Syahrani, K. M., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2023). *Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Risk Profile dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Kadek*. 1, 32–44.
- Taqwim, R. P., & Riduwan, A. (2023). *PENGARUH PROFITABILITAS ,*
- Widyakto, A., Octavia, A. N., Fresiliasari, O., Riyanto, S., Susanto, Josivo, S. S., Regina, P., Wardhani, S. P. I., & Putri, Y. M. (2025). *Pengantar Manajemen Keuangan: GCG, Struktur Modal Dan Profitabilitas*. Inovasi Publishing Indonesia. <https://repository.usm.ac.id/files/bookusm/Z512/20250623022452-buku-Z512.pdf>
- Wijaya, L. H., & Susilowati, C. (2024). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan, Dan Akuntansi)*, 12, 105–112.
- Xaviera, A., & Rahman, A. (2023). *PENGARUH KINERJA ESG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN SIKLUS HIDUP PERUSAHAAN SEBAGAI MODERASI : BUKTI DARI INDONESIA* Pendahuluan. 16(2), 226–247.
- Yuvianita, M., Ahmar, N., Rizky, Y., & Mandagie, O. (2022). *PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada*
- Yuwono, A. M., Setiawan, A., Wirawan, S., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Pengungkapan Pengendalian Internal, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Energy yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2022. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.32493/drj.v7i1.36312>
- Zakaria, R., Pamungkas, G., Adelya, D., Khoirunnisa, L., Jl, A., Jakarta, R., No, K., Walantaka, K., & Serang, K. (2025). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Universitas Pamulang , Indonesia*. 3(2020).
- Zulkifli, Zhang, A., & Ayu, F. S. (2023). *Pengaruh Firm Size dan Leverage Terhadap Financial Performance Pada Perusahaan Indonesia Sektor Perbankan*. November, 606–611.