
PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN BIAYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN**I Gusti Agung Arista Pradnyani¹, Nila Rahayu², Adrianda Anwar³, Yeldy Dwi Genadi⁴**^{1,2,3,4}Universitas Mataram, Indonesia¹agung.rista7@unram.ac.id**Abstract**

This study aims to analyze the effect of Capital Structure (DER), Profitability (ROA), and Corporate Social Responsibility (CSR) Costs on Firm Value using multiple linear regression analysis techniques. Before testing the hypothesis, a classical assumption test was conducted which included normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests to ensure the model met the criteria. Testing was carried out through the F test, t test, and the coefficient of determination (R^2). The results showed that the F test with a significance value of 0.032 meant that this research model was worthy of being tested and the Adjusted R^2 value of 0.541, meaning that 54.1% of the variation in Firm Value could be explained by the model. Partially, DER had no significant effect, ROA had a positive and significant effect, while CSR Costs had no significant effect on Firm Value. Thus, Profitability (ROA) was the most dominant variable in influencing Firm Value.

Keywords: Capital Structure, Profitability, CSR Costs, Firm Value**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal (DER), Profitabilitas (ROA), dan Biaya Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan model memenuhi kriteria. Pengujian dilakukan melalui uji F, uji t, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Uji F dengan nilai signifikansi 0,032 berarti model penelitian ini layak diuji dan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,541 yang berarti 54,1% variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh model. Secara parsial, DER tidak berpengaruh signifikan, ROA berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Biaya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, Profitabilitas (ROA) merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Struktur Modal, Profitabilitas, Biaya CSR, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Salah satu pilar penting ekonomi Indonesia adalah industri pertambangan. Sumber daya alam termasuk batubara, nikel, tembaga, dan emas melimpah dan sangat penting secara strategis baik untuk memenuhi permintaan lokal maupun sebagai komoditas ekspor utama. Industri pertambangan sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi negara karena kontribusinya terhadap PDB dan pendapatan negara dari pajak dan ekspor devisa. Selain itu, Indonesia adalah salah satu produsen batubara terbesar di dunia, sehingga keberhasilan bisnis di industri ini memiliki pengaruh besar terhadap perdagangan internasional dan stabilitas ekonomi.

Untuk bersikap transparan kepada investor dan publik, perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) harus menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan secara teratur. Salah satu sumber data utama untuk mengevaluasi kinerja bisnis, yang pada akhirnya memengaruhi nilai perusahaan, adalah laporan keuangan ini. Opini investor tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan tercermin dalam nilainya, yang merupakan metrik penting. Investor biasanya menggunakan harga saham perusahaan di pasar modal sebagai proksi untuk nilainya; semakin tinggi harganya, semakin berharga perusahaan tersebut bagi mereka.

Namun, pertimbangan finansial bukanlah satu-satunya yang memengaruhi nilai perusahaan. Investor mulai mempertimbangkan aspek non-finansial seperti tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) seiring dengan semakin kompleksnya lingkungan bisnis. CSR adalah komitmen bisnis untuk beroperasi secara moral sambil mempertimbangkan dampak terhadap masyarakat dan lingkungan. Reputasi perusahaan dan kepercayaan investor dapat ditingkatkan dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam laporannya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Ayu Saputri Maola Desi & Nabila, 2025).

Struktur modal suatu perusahaan merupakan salah satu aspek keuangan yang memengaruhi nilainya. Rasio utang terhadap ekuitas yang digunakan untuk membiayai bisnis

dikenal sebagai struktur modalnya, dan sering dihitung menggunakan Rasio Utang terhadap Ekuitas (Debt-to-Equity Ratio/DER). Karena pemanfaatan utang yang efektif dapat menawarkan keuntungan berupa perlindungan pajak dan bertindak sebagai sinyal yang baik bagi investor mengenai kemungkinan perkembangan perusahaan, struktur modal yang ideal dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan harus mengelola struktur modalnya dengan cermat karena pemanfaatan utang yang berlebihan berpotensi meningkatkan risiko kebangkrutan (Hannawanti & Naibaho, 2021).

Profitabilitas adalah aspek penting lain yang memengaruhi nilai perusahaan selain struktur modal. Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan uang dari operasinya dikenal sebagai profitabilitas. Karena menunjukkan kinerja yang hebat dan kemampuan untuk memberikan pengembalian optimal, perusahaan dengan profitabilitas tinggi biasanya lebih menarik bagi investor. Nilai perusahaan akan meningkat sebagai akibat dari meningkatnya permintaan terhadap sahamnya (Meliza et al., 2024). Namun, analisis ini juga memperhitungkan pengeluaran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan meningkat seiring dengan pengeluaran CSR-nya. Pengeluaran CSR dapat dilihat sebagai investasi jangka panjang yang membantu masyarakat dan meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik dan investor. Nilai perusahaan diperkirakan akan meningkat sebagai hasil dari peningkatan reputasi ini.

Namun, studi-studi sebelumnya telah mengungkapkan kontradiksi tentang bagaimana profitabilitas, CSR, dan struktur modal memengaruhi nilai bisnis. Meskipun struktur modal dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mungkin tidak selalu memiliki dampak besar pada nilai bisnis, beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki dampak positif dan cukup besar. Di sisi lain, beberapa penelitian menemukan bahwa CSR dan struktur modal benar-benar meningkatkan nilai perusahaan (Nurfitriani et al., 2025). Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diselidiki lebih lanjut, terutama di industri pertambangan, yang ditandai dengan risiko tinggi dan dampak sosial dan lingkungan yang substansial.

Selain itu, implementasi dan pengungkapan CSR yang lebih aktif didorong oleh peningkatan partisipasi pemangku kepentingan. Bisnis yang menguntungkan biasanya mengalokasikan lebih banyak dana untuk inisiatif lingkungan dan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa CSR dan profitabilitas sangat terkait dalam hal meningkatkan nilai bisnis. Penjelasan ini mengarah pada kesimpulan bahwa struktur modal (DER), profitabilitas, dan biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan elemen penting yang dapat berdampak pada nilai perusahaan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki secara eksperimental bagaimana struktur modal (DER), profitabilitas, dan biaya CSR mempengaruhi nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2020 dan 2023.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (Agency Theory)

Agency Theory merupakan teori yang menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (principal) dan pihak manajemen (agent), di mana pemilik memberikan wewenang kepada manajemen untuk mengelola perusahaan demi mencapai tujuan tertentu, terutama peningkatan nilai perusahaan. Menurut Michael C. Jensen dan William H. Meckling (1976), hubungan ini sering menimbulkan konflik kepentingan karena manajemen sebagai agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik, melainkan juga mempertimbangkan kepentingan pribadi, sehingga memunculkan apa yang disebut sebagai biaya keagenan (agency cost). Konflik ini semakin kompleks ketika terjadi asimetri informasi, yaitu kondisi di mana manajemen memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan investor. Dalam konteks penelitian ini, teori keagenan relevan untuk menjelaskan bagaimana struktur modal, profitabilitas, dan kebijakan CSR dapat menjadi alat bagi manajemen untuk menunjukkan kinerja yang baik sekaligus mengurangi konflik dengan pemilik, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Signaling Theory

Signaling Theory menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal, khususnya investor, untuk mengurangi asimetri informasi yang terjadi di pasar. Menurut Michael Spence (1973), sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh pihak yang memiliki informasi lebih untuk memberikan petunjuk kepada pihak lain mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Dalam praktiknya, manajemen perusahaan akan memberikan sinyal melalui laporan keuangan, tingkat profitabilitas, struktur modal, serta pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Informasi tersebut menjadi dasar bagi investor dalam menilai apakah perusahaan memiliki prospek yang baik atau tidak. Sinyal positif seperti peningkatan laba, efisiensi biaya, serta penggunaan utang yang optimal akan meningkatkan kepercayaan investor, sehingga berdampak pada peningkatan permintaan saham dan nilai perusahaan. Sebaliknya, kurangnya transparansi atau informasi yang tidak memadai dapat menyebabkan investor memberikan penilaian yang rendah terhadap perusahaan. Oleh karena itu, teori sinyal sangat relevan dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana variabel struktur modal, profitabilitas, dan biaya CSR dapat digunakan sebagai sinyal yang memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Trade-Off Theory

Trade-Off Theory menjelaskan bahwa dalam menentukan struktur modal, perusahaan akan berusaha menyeimbangkan antara manfaat dan biaya penggunaan utang. Menurut Brigham dan Houston (2019), penggunaan utang dapat memberikan keuntungan berupa penghematan pajak karena adanya tax shield, namun di sisi lain juga meningkatkan risiko kebangkrutan serta biaya keagenan. Oleh karena itu, perusahaan akan berupaya mencapai struktur modal yang optimal, yaitu kondisi ketika tambahan manfaat dari utang sama dengan tambahan biaya yang ditimbulkannya. Dengan demikian, keputusan pendanaan tidak hanya berfokus pada pemaksimalan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan risiko yang melekat pada penggunaan sumber dana eksternal.

Corporate Social Responsibility dan Biaya Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas operasionalnya serta berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan. Menurut International Organization for Standardization dalam ISO 26000 (2010), CSR mencakup perilaku yang transparan dan etis, kepatuhan terhadap hukum, serta perhatian terhadap kepentingan stakeholder. Selain itu, Archie B. Carroll (1991) mengemukakan bahwa CSR terdiri dari empat dimensi utama, yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Dalam implementasinya, CSR membutuhkan biaya yang tidak sedikit, baik untuk kegiatan internal seperti kesejahteraan karyawan maupun kegiatan eksternal seperti pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Biaya CSR ini dapat dipandang sebagai investasi jangka panjang yang memberikan manfaat berupa peningkatan reputasi perusahaan, loyalitas stakeholder, serta kepercayaan investor. Dengan demikian, pengeluaran CSR diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan, khususnya bagi perusahaan pertambangan yang memiliki risiko sosial dan lingkungan yang tinggi.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator penting yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Tingkat profitabilitas mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan. Menurut Kasmir (2019), profitabilitas dapat diukur menggunakan berbagai rasio keuangan seperti Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan Net Profit Margin (NPM) karena rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja yang baik dan efisiensi operasional yang tinggi, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor. Hal ini akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi juga

memiliki kemampuan lebih besar untuk melaksanakan kegiatan CSR, sehingga memperkuat hubungan antara variabel profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan.

Struktur Modal

Capital Structure merupakan perbandingan antara penggunaan utang dan modal sendiri dalam pembiayaan perusahaan yang mencerminkan kebijakan keuangan jangka panjang perusahaan. Struktur modal biasanya diukur menggunakan Debt to Equity Ratio (DER), yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dibandingkan dengan modal sendiri. Menurut Franco Modigliani dan Merton Miller (1958), struktur modal yang optimal dapat memaksimalkan nilai perusahaan karena adanya manfaat pajak dari penggunaan utang (tax shield). Namun, penggunaan utang yang berlebihan juga dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan beban bunga yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan perlu menentukan kombinasi struktur modal yang tepat agar dapat menyeimbangkan antara risiko dan keuntungan. Dalam konteks penelitian ini, struktur modal menjadi variabel penting karena dapat memberikan sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola pendanaan serta prospek pertumbuhan di masa depan.

Nilai Perusahaan

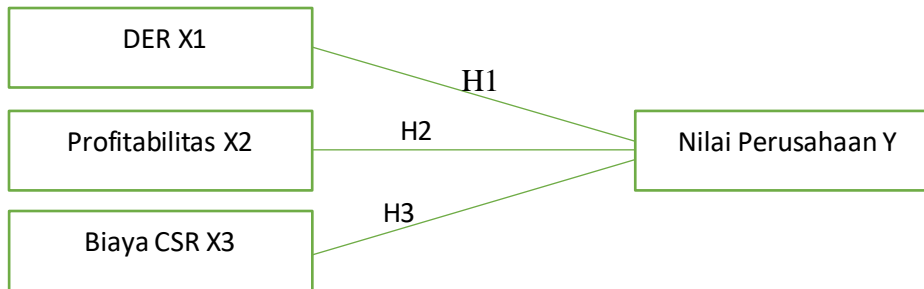
Firm Value merupakan indikator yang mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham di pasar modal, di mana semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospeknya di masa depan. Selain itu, teori yang dikemukakan oleh Franco Modigliani dan Merton Miller juga menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*earning power*). Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu, nilai perusahaan

menjadi variabel utama dalam penelitian ini karena mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menarik investor dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu menyoroti factor yang berpengaruh pada Nilai suatu Perusahaan Penelitian yang dilakukan oleh Sahara et al., (2022) membahas pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal, leverage, serta kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor fundamental perusahaan lebih dominan dalam menentukan nilai perusahaan dibandingkan faktor kepemilikan institusional. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Sheila Maria Kaunang et al., (2024) meneliti pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, leverage, serta kepemilikan manajerial dan institusional terhadap nilai perusahaan pada sektor food and beverage yang terdaftar di BEI periode 2019–2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara likuiditas, ukuran perusahaan, serta kepemilikan manajerial dan institusional tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan pengelolaan utang menjadi faktor yang lebih menentukan nilai perusahaan dibandingkan variabel lainnya. Selain itu, penelitian Wardhani et al., (2021) juga menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal dan beberapa variabel tata kelola perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2019 dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memperkuat bahwa kinerja keuangan perusahaan menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka konseptual

Pengembangan Hipotesis

H1: *Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.*

H2: *Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.*

H3: *Biaya CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menekankan pada pengukuran objektif serta analisis data dalam bentuk angka untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data tersebut mencakup informasi mengenai Biaya Corporate Social Responsibility (CSR), Debt to Equity Ratio (DER), profitabilitas, serta nilai perusahaan. Seluruh data penelitian diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020 hingga 2023, yaitu sebanyak 63 perusahaan yang secara berturut-turut mempublikasikan laporan keuangan tahunan. Dari jumlah tersebut, dilakukan penyaringan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu perusahaan yang

menggunakan mata uang rupiah serta perusahaan yang menyediakan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh sebanyak 10 perusahaan yang memenuhi seluruh kriteria dan dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun perusahaan yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini antara lain PT Borneo Olah Sarana Sukses Tbk (BOSS), PT Bukit Asam Tbk (PTBA), PT Aneka Tambang Tbk (ANTM), PT Sumber Global Energi Tbk (SGER), PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA), PT Golden Eagle Energy Tbk (SMMT), PT Batulicin Nusantara Maritim Tbk (terbaki), PT Mitra Investindo Tbk (MITI), PT Super Energy Tbk (SURE), serta PT Industri Pipa Baja Indonesia Tbk (ISSP).

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu struktur modal, profitabilitas, biaya Corporate Social Responsibility (CSR), dan nilai perusahaan. Struktur modal diukur menggunakan Debt to Equity Ratio (DER) yang menunjukkan perbandingan antara total utang dan total ekuitas perusahaan. DER digunakan untuk menggambarkan tingkat penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan. Rumus DER adalah sebagai berikut:

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

Profitabilitas diukur menggunakan Return on Assets (ROA), yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan total aset yang dimiliki. ROA mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan keuntungan. Rumus ROA adalah:

$$\text{ROA} = \text{Laba Bersih Setelah Pajak} / \text{Total Aset}$$

Biaya Corporate Social Responsibility (CSR) menggambarkan pengeluaran perusahaan dalam kegiatan sosial dan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholders. Variabel ini diukur menggunakan total biaya CSR yang dikeluarkan perusahaan selama periode penelitian.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), yaitu rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. PBV digunakan untuk melihat persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Rumus PBV adalah:

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

Teknik Analisis Data

Teknik regresi linier berganda digunakan dalam analisis data untuk memeriksa bagaimana faktor-faktor independen mempengaruhi variabel dependen. Pemeriksaan asumsi klasik, seperti uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, dilakukan sebelum analisis regresi. Uji F menentukan apakah model regresi yang dibangun sesuai untuk digunakan dalam menjelaskan variabel dependen, uji t menentukan efek parsial dari setiap variabel independen terhadap Nilai Perusahaan, dan koefisien determinasi (R2) menentukan sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

HASIL & PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dinyatakan lolos uji jika nilai Asymp. Sig >0,05. Adapun setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200^{c,d}

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji Normalitas diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari 0,05, yang berarti data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dinyatakan lolos uji jika nilai VIF <10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Adapun setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	DER	0,971	1,030
	ROA	0,999	1,001
	BIAYA CSR	0,972	1,029

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada gambar, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk kedua variabel bebas, yaitu X1, X2 dan X3, masing-masing sebesar 0,971, 0,999, dan 0,972 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,030, 1,001, dan 1,029. Dalam analisis regresi, suatu model dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 dan Ketiga variabel dalam model ini memenuhi kriteria tersebut.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Kriteria lolos dalam uji ini adalah apabila nilai Sig. > 0,05. Adapun setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	t	Sig.

1	(Constant)	2,303	0,057
	DER	0,679	0,501
	ROA	1.018	0,315
	BIAYA CSR	-1,389	0,173

Sumber : Data diolah, 2026

Adapun uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan metode Glejser menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, karena semua nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi memperlihatkan bahwa nilai statistik Durbin–Watson (DW) yang diluarankan adalah 1,779, sedangkan nilai batas atas (du) tercatat sebesar 1,6589. Nilai DW tersebut berada di antara du dan batas (4 – du), yakni dalam rentang $1,6589 < 1,779 < 2,3411$. Dengan demikian, dapat dikonklusikan bahwa model regresi yang digunakan dalam riset ini tidak mengandung masalah autokorelasi.

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin- Watson
1	1,779

Sumber : Data diolah, 2026

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Adapun setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut.

Model	Adjusted R Square
1	0,541

Sumber : Data diolah, 2026

Koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,541 mengindikasikan bahwa 54,1% variasi dalam Nilai Perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel Struktur modal, Profitabilitas dan

Biaya CSR. Sisanya, 45,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Uji F

Uji F dinyatakan memenuhi syarat kelayakan model jika nilai Sig <0,05. Adapun setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut.

Model		F	Sig.
1	Regression	11,261	0,032 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,032. Nilai ini lebih kecil dari ambang batas 0,05, yang berarti model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan atau fit dengan data yang dianalisis. Dengan demikian, model regresi dapat menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut secara menyeluruh dan dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria dari uji ini adalah jika pada kolom Sig nilainya < 0,05, maka artinya berpengaruh signifikan. Namun, jika lebih besar (>) dari 0,05, maka dikatakan tidak berpengaruh. Selain itu, jika pada kolom t tidak ada (-), maka artinya berpengaruh positif. Namun, jika ada (-), maka artinya berpengaruh negatif. Adapun setelah dilakukan pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut.

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,709	0,701

DER	0,128	0,899
ROA	1,933	0,021
BIAYA CSR	-0,218	0,829

Sumber : Data diolah, 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa Struktur Modal (DER) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,899 ($>0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,128 sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan pada DER tidak mampu menjelaskan perubahan Nilai Perusahaan. Sementara itu, Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi 0,021 ($<0,05$) dan arah koefisien positif yang berarti semakin tinggi ROA maka semakin meningkat Nilai Perusahaan. Di sisi lain, Biaya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,829 ($>0,05$) dan koefisien regresi bernilai negatif (-0,218) sehingga tidak dapat dijadikan dasar dalam menjelaskan perubahan Nilai Perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor profitabilitas lebih berperan dalam meningkatkan Nilai Perusahaan dibandingkan dengan struktur modal maupun pengeluaran CSR.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur Modal (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,899 ($>0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya penggunaan utang dalam struktur modal belum mampu meningkatkan maupun menurunkan nilai perusahaan secara signifikan. Secara teoritis, kondisi ini dapat dijelaskan melalui Trade-Off Theory, yang menyatakan bahwa perusahaan akan mencapai struktur modal optimal ketika manfaat penggunaan utang (seperti tax shield) seimbang dengan biaya yang ditimbulkan (seperti biaya kebangkrutan) (Megawati et al., 2021). Namun, apabila perusahaan belum berada pada titik optimal tersebut maka perubahan DER tidak serta-merta mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian Suparno (2016) yang menemukan bahwa Debt to Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa kebijakan utang yang diprosikan dengan DER belum mampu meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan sehingga faktor lain seperti profitabilitas lebih dominan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan Signaling Theory, di mana laba yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan di masa depan, sehingga meningkatkan permintaan saham dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, dalam Agency Theory, profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja manajemen yang efisien dalam mengelola aset perusahaan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terbaru oleh Ainun Khofidotul Fikriyah & M. Mustaqim (2024) yang menemukan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan lebih menarik bagi investor.

Pengaruh Biaya CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,829 ($>0,05$). Hal ini berarti bahwa besarnya pengeluaran perusahaan untuk aktivitas Corporate Social Responsibility belum mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui Signaling Theory, di mana CSR seharusnya menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kepedulian dan keberlanjutan perusahaan, namun jika informasi CSR tidak disampaikan secara

efektif atau tidak dianggap relevan, maka pasar tidak meresponsnya secara signifikan. Hasil ini didukung oleh penelitian oleh Ayu Saputri Maola Desi & Nabila (2025) yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia, karena pasar lebih mempertimbangkan faktor fundamental seperti profitabilitas. Selain itu, penelitian Noviyanti & Purnamasari (2025) juga menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan di Indonesia, karena implementasi CSR belum menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan investasi oleh pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Struktur Modal (DER), Profitabilitas (ROA), dan Biaya Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,541 menunjukkan bahwa 54,1% variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 45,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Secara parsial, Struktur Modal (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan utang tidak menjadi faktor utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Di sisi lain, Biaya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang menunjukkan bahwa pengeluaran CSR belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk lebih fokus dalam meningkatkan kinerja profitabilitas melalui pengelolaan aset yang efektif dan efisien karena terbukti menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan juga perlu mengevaluasi kebijakan struktur modal dan pelaksanaan CSR agar tidak hanya menjadi kewajiban, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah yang lebih nyata bagi perusahaan dan menarik respon positif dari investor. Bagi investor, disarankan untuk lebih mempertimbangkan faktor profitabilitas dalam pengambilan keputusan investasi karena memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti likuiditas, pertumbuhan perusahaan, atau tata kelola perusahaan serta memperluas objek dan periode penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun Khofidotul Fikriyah, & M. Mustaqim. (2024). Pengaruh Roa, Roe, Nim Dan Npm Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. *Economic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v12i1.35>
- Ayu Saputri Maola Desi, & Nabila, Q. (2025). Stigma : Jurnal Akuntansi dan Manajemen. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 53–60.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). Teori akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Akses: <https://scholar.google.com/scholar?q=Ghozali+Chariri+Teori+Akuntansi>
- Hannawanti, H., & Naibaho, E. A. B. (2021). Likuiditas, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Moderasi CSR. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 145–155. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1105>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kasmir. (2019). Analisis laporan keuangan (Edisi revisi). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Akses: <https://scholar.google.com/scholar?q=Kasmir+Analisis+Laporan+Keuangan>
- Megawati, F. T., Umdiana, N., & Nailufaroh, L. (2021). Faktor-Faktor Struktur Modal Menurut Trade Off Theory. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 55–67.

- <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.255>
- Meliza, Astika Maharani, C., & Mahmudah, D. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 5(3), 363–370. <https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i3.11389>
- Noviyanti, I., & Purnamasari, S. (2025). Pengaruh Csr Pada Nilai Perusahaan Terhadap Bank Bermodal Inti Terbesar Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 14(04), 1807–1821. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i04.50008>
- Nurfitriani, N., Latif, I. N., Hariyadi, R. M., Heriyanto, H., Sunarto, S., & Putri, E. Y. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*, 3(2), 2150–2166. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v3i1.3217>
- Sahara, H., Titisari, K. H., & Siddi, P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Leverage dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(1), 322–335. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.580>
- Sheila Maria Kaunang, Purnama Siddi, & Sari Kurniati. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(12), 8124–8135. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i12.4667>
- Suparno, . (2016). Determinan Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 1(02), 91–100. <https://doi.org/10.35706/acc.v1i02.530>
- Wardhani, W. K., Titisari, K. H., & Suhendro, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 37. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.264>