



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 7816-7831

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi

Live Rani Agriva Br Perangin angin, Jeudi A. T. T. Sianturi, Tiur Rajagukguk
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia
liverani886@gmail.com, jatpsianturi@gmail.com, tiurrajagukguk2021@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan sub sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan aplikasi *SmartPLS 8.0*. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu sehingga diperoleh data perusahaan perbankan yang memenuhi syarat selama periode penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik dengan nilai *Tenenhau's Goodness of Fit* (GoF) sebesar 0,885 yang termasuk dalam kategori *large*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas serta nilai perusahaan karena perusahaan yang lebih besar memiliki akses pendanaan yang lebih baik dan efisiensi operasional yang lebih tinggi. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi perusahaan dan kepercayaan stakeholder. Profitabilitas juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan serta mampu memediasi hubungan antara struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori sinyal, teori legitimasi, dan teori stakeholder dalam menjelaskan hubungan antara variabel penelitian pada industri perbankan di Indonesia.

Kata kunci: Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

1. Latar Belakang

Latar Belakang Masalah

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan. Kinerja keuangan yang baik tidak hanya membuat saham perusahaan menarik bagi investor, tetapi juga akan menciptakan kepercayaan di kalangan pemegang saham. Investor cenderung menggunakan rasio keuangan sebagai alat evaluasi untuk menilai suatu perusahaan. Rasio rasio ini mencerminkan kesehatan keuangan dan dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan (Putra, 2020:3).

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan keinginan yang besar bagi investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Dengan menganggap peluang investasi yang akan memberikan NPV yang positif, sehingga akan meningkatkan harga saham. Peningkatan ini meningkatkan nilai perusahaan juga.

Penelitian ini menggunakan rasio *Price to Book Value*. untuk mengukur nilai buku perusahaan. *Price to Book value* merupakan sebuah rasio keuangan yang digunakan untuk membandingkan harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku per saham. Rasio ini memberikan gambaran tentang nilai yang diberikan pasar terhadap nilai aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajibannya.

Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur kepemilikan. Nai *et al.*, (2022:3) menjelaskan bahwa struktur kepemilikan dapat mempengaruhi bagaimana bisnis berjalan, yang juga akan memengaruhi bagaimana bisnis mencapai tujuannya, yaitu memaksimalkan nilainya dan meningkatkan pembagian devidennya. Struktur kepemilikan dibagi menjadi dua kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional diantaranya: yang pertama Kepemilikan manajerial, Kepemilikan manajerial meningkatkan keterlibatan manajer dalam menentukan keputusan strategis, sehingga mengurangi konflik keagenan dan mendorong keputusan yang berorientasi pada peningkatan nilai jangka panjang. Berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara struktur kepemilikan dengan nilai perusahaan, menunjukkan adanya perbedaan. Studi Kusumawati dan Setiawan, (2019:3) menemukan bahwa kepemilikan manajerial memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Yang kedua Struktur Kepemilikan Institusional, Pengawasan yang lebih ketat oleh institusi terhadap kebijakan perusahaan, dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategis. Kepemilikan institusional mendorong pelaksanaan pengawasan yang optimal sehingga memaksa manajemen untuk menghindari perilaku yang egois (Amiroh, 2022:3) hasil penelitian Arrafi, (2019:3) menunjukkan bahwa keberadaan saham yang dimiliki institusi berkontribusi secara positif terhadap kenaikan nilai perusahaan. Pengawasan ini akan menjamin kemakmuran bagi pemegang saham yang artinya meningkatkan nilai perusahaan dan meminimalkan masalah keagenan yang timbul di antara pemegang saham dan manajer Suhadi, (2021:98). Kepemilikan institusional diukur dengan membandingkan antara jumlah lembar saham yang dimiliki institusi dengan jumlah saham keseluruhan yang beredar (Amiroh, 2022:10). Penelitian ini, peneliti menggunakan struktur kepemilikan institusional.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk menilai suatu perusahaan berdasarkan total aset, jumlah penjualan dan nilai pasar saham. Besar kecilnya perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan sehingga memberikan sinyal yang positif bagi investor dan nilai perusahaan akan meningkat (Radja dan Artini, 2020:20). Investor sering beranggapan menanam saham di perusahaan yang lebih maksimal dibandingkan menanam saham di perusahaan dengan ukuran kecil (Simanjuntak dan Pangestuti, 2019:129). Ukuran perusahaan juga merupakan faktor kritis yang mencerminkan kondisi ekonomi perusahaan dan potensi pengembangan di masa depan (Abad-segura *et al.*, 2024:5-6), dan Khoa, 2023:2-3).

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau kerap kali disebut dengan Tanggung Jawab Sosial (TJSL) telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern, dimana perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. TJSL merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, investor dan masyarakat luas. Muchiri *et al.*, (2022:3) menemukan bahwa dengan meningkatkan kesadaran global tentang keberlanjutan, berbagai Negara telah mengadopsi regulasi CSR untuk memastikan perusahaan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

Faktor ke empat yang mempengaruhi nilai perusahaan dan berfungsi juga sebagai pemediasi adalah profitabilitas. Profitabilitas dan nilai perusahaan merupakan dua faktor yang saling terkait saat mengevaluasi kesehatan bank. Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan keuntungan dari operasinya tercermin dalam tingkat keuntungannya. Keuntungan yang tinggi merupakan tanda manajemen yang efektif, pengelolaan aset yang baik, dan prospek bisnis yang lebih baik. Iman *et al.*, (2019:191) mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan satu konsep penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai investasinya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah struktur kepemilikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas?
6. Apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai profitabilitas?
7. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
8. Apakah profitabilitas mampu memediasi untuk pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan?
9. Apakah profitabilitas mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

10. Apakah profitabilitas mampu memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur kepemilikan terhadap profitabilitas.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CSR terhadap profitabilitas.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dalam memediasi pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dalam memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dalam memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka peneliti membuat manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Memberikan kontribusi terhadap badan ilmu pengetahuan khususnya, dalam mengatasi ketidakkonsistenan yang terjadi untuk pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan Bagi Investor.

2. Manfaat praktisi:

a. Bagi Akademisi

Menjadikan penelitian ini sebagai bahan ajar terkait pengaruh variabel keuangan dan non keuangan terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan.

b. Bagi Manajemen Bank

Memberikan landasan untuk memilih strategi pengelolaan kepemilikan dan menerapkan CSR guna meningkatkan nilai bisnis dan keuntungan.

c. Bagi Investor

Menyediakan data penting untuk pengambilan keputusan investasi dengan menganalisis hubungan antara CSR, skala bisnis, dan nilai bisnis.

Kajian Teori

Kerangka Teori

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973. Teori ini menjelaskan bahwa pihak pengirim informasi yaitu manajer, menyampaikan sinyal baik sinyal positif atau sinyal negative. Sinyal yang disampaikan berupa informasi yang mencerminkan keadaan dari perusahaan. Informasi tersebut memiliki kegunaan bagi investor, sehingga investor dapat mengambil keputusan terhadap investasinya.

Sementara itu, Reza *et al.*, (2024:59) mengungkapkan teori sinyal merupakan suatu tindakan manajerial yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menyampaikan informasi kepada para investor, baik informasi yang bersifat positif maupun negatif. Selanjutnya Rahmadhani & Anwar, (2021:397) menyatakan bahwa *signaling*

theory adalah teori yang menunjukkan tindakan manajemen perusahaan untuk memberikan prospek perusahaan kepada investor.

Signaling theory menunjukkan pentingnya kesetaraan informasi yang dimiliki oleh manajer dan investor. Umumnya manajer lebih mengetahui informasi tentang keadaan perusahaan dibandingkan dengan para pemegang saham dan investor. Jika keadaan perusahaan baik maka informasi ini akan dapat diterjemahkan sebagai sinyal positif yang diterima, para investor dan calon investor berasumsi bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola sumber daya yang tersedia, sehingga menarik minatnya mereka untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Rahmadhani & Anwar, 2021:397-398). Bagi investor dan pelaku bisnis, informasi merupakan elemen yang sangat penting karena informasi dapat memberikan keterangan, catatan, atau gambaran yang relevansi terkait keadaan masa lalu, saat ini maupun proyeksi keadaan di masadepan yang berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Sebaliknya jika sinyal yang disampaikan oleh suatu perusahaan mengalami penurunan, hal ini dapat diartikan sebagai sinyal negatif bagi para investor dan pelaku bisnis (Pratama & Marsono, 2021:4).

Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Teori legitimasi adalah teori yang memberikan gambaran tentang perbedaan nilai yang diadopsi oleh perusahaan dengan nilai di masyarakat. Teori ini pertama kali diajukan oleh Dowling dan Peffer. (1975). Teori legitimasi atau sering disebut sebagai kesenjangan legitimasi karena perusahaan akan mengalami masalah jika terdapat kesenjangan legitimasi dengan komunitas sekitar. Kesenjangan legitimasi ini muncul ketika perusahaan tidak peduli terhadap dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan, sehingga dapat menimbulkan masalah dengan komunitas sekitar. Kesenjangan legitimasi dapat dikurangi dan dicegah dengan satu cara, yaitu melalui penerapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR dengan menyesuaikan nilai nilai dan operasional perusahaan serta lingkungan dan harapan komunitas (Rahman, 2021:46).

Hubungan antara teori legitimasi dan CSR adalah bahwa CSR memiliki peran penting dalam menunjukkan tingkat kepatuhan perusahaan terhadap peraturan dan menyelaraskan kepentingan perusahaan, sehingga operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh masyarakat. Perusahaan akan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidupnya juga bergantung pada hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan melaksanakan aktivitasnya. Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari CSR. CSR dilakukan untuk memperoleh nilai positif dan legitimasi dari masyarakat (Rahman, 2021:47).

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori pemangku kepentingan adalah teori yang menjelaskan bahwa pemangku kepentingan memiliki peran yang sangat besar dalam keberadaan perusahaan di lingkungan, yaitu pihak yang memiliki kepentingan dalam perusahaan karena kelompok ini merupakan kelompok yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan saat menjalankan bisnis, perusahaan akan berinteraksi langsung dengan banyak pemangku kepentingan sesuai dengan cakupan kegiatan perusahaan yang luas. Keberadaan komunitas dan hubungan yang baik antara perusahaan dan pemangku kepentingan (*Stakeholders*) bertujuan agar kegiatan berjalan sesuai harapan perusahaan. Pemangku kepentingan ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau di pengaruhi oleh kebijakan, kegiatan, dan keputusan perusahaan (Ahyani dan Puspitasari, 2019:3). Dalam teori pemangku kepentingan, implementasi CSR tidak hanya dihadapi oleh pemilik atau pemegang saham, tetapi juga oleh pemangku kepentingan yang terdampak oleh keberadaan perusahaan.

Freeman mengembangkan teori pemangku kepentingan dalam bukunya yang berjudul *strategic management: A Stakeholder Approach*, (1984:61). Menurut teori ini, perusahaan bertanggung jawab kepada dua pihak: pemegang saham (Pemangku kepentingan) dan semua pihak yang memiliki kepentingan dalam operasional perusahaan. Pemangku kepentingan yang dimaksud adalah pihak yang memiliki hak untuk perusahaan. Perusahaan harus membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan (Saputri, 2021:62).

Nilai Perusahaan

Definisi Nilai Perusahaan

Sari & Sedana, (2020:117) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan representasi dari kinerja perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap penilaian investor terhadap perusahaan tersebut. Sementara, Supeno, (2022:241) menyatakan nilai perusahaan merupakan gambaran dari kesejahteraan pemilik perusahaan. Selanjutnya Indira *et al.*, (2021:459) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan perspektif investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Nilai perusahaan merupakan aspek yang sangat penting bagi entitas bisnis, mengingat bahwa peningkatan harga saham akan mencerminkan kesejahteraan para investor (Naufal dan Suwaidi, 2021:264).

Teori *Stakeholder (Stakeholder theory)* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan, seperti nasabah, karyawan, pemerintah, regulator, dan masyarakat luas (Freeman, 1984). Dalam konteks perbankan, penerapan teori *stakeholder* menjadi sangat relevan mengingat bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit dan pembiayaan.

Selain teori *Stakeholder*, teori sinyal (*Signaling theory*) juga menjadi landasan penting dalam menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal. Teori ini menjelaskan bahwa manajemen memberikan sinyal kepada investor melalui informasi. Dalam sektor perbankan sinyal yang diberikan melalui laporan keuangan, CSR, dan tata kelola perusahaan menjadi dasar bagi investor dan *stakeholder* lainnya dalam menilai kualitas kinerja dan prospek bank.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan merupakan cerminan ataupun gambaran tentang bagaimana kinerja keuangan dari suatu perusahaan dan kesejahteraan dari pemilik perusahaan.

Cara Meningkatkan Nilai Perusahaan

Berbagai cara yang digunakan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan yaitu:

1. **Inovasi Produk dan Layanan**
Pengembangan Produk baru: Fokus pada inovasi untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.
2. **Meningkatkan dan Diferensiasi**
Melakukan riset dan pengembangan untuk meningkatkan kualitas produk atau menciptakan diferensiasi agar dapat bersaing dengan pesaing pasar
3. **Pengelolaan Keuangan yang Efisien**
Mengelola arus kas secara bijak dan memilih investasi yang strategis untuk mendukung ekspansi dan inovasi perusahaan.
4. **Fokus pada Pengalaman dan Kepuasan Pelanggan**
Menyediakan pengalaman pelanggan yang luar biasa dengan mengutamakan kebutuhan mereka dan memberikan solusi yang tepat.

Manfaat Meningkatkan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki manfaat yang sangat penting bagi berbagai pihak (Brealey *et al.*, 2019:27-28), yaitu:

1. **Peningkatan Profitabilitas**
Perusahaan dengan nilai tinggi cenderung lebih efisien dan efektif dalam operasional, yang dapat menghasilkan profit yang lebih tinggi. Hal ini karena perusahaan tersebut mampu mengelola sumber daya lebih baik dan memanfaatkan peluang pasar secara maksimal

2. Akses yang Lebih Mudah ke Pendanaan
Perusahaan dengan nilai yang lebih tinggi posisi yang lebih baik untuk mendapatkan pinjaman dengan suku bunga yang lebih rendah atau menarik investor yang lebih banyak.
3. Meningkatkan Reputasi dan Citra Perusahaan
Nilai perusahaan yang tinggi juga berkontribusi pada citra perusahaan di mata publik. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mitra bisnis, dan calon karyawan.
4. Keberlanjutan jangka Panjang
Nilai yang lebih tinggi, perusahaan dapat memfokuskan upaya pada inovasi, penelitian dan pengembangan, serta keberlanjutan, yang memungkinkan mereka untuk bertahan lebih lama dalam pasar yang kompetitif.

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Wasiningsih dan Mulyadi, (2019:24-25) mengungkapkan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu: struktur kepemilikan, *leverage*, likuiditas dan profitabilitas

1. Struktur Kepemilikan merupakan sebuah lembaga yang memiliki kepentingan besar terhadap investasi yang dilakukan termasuk investasi saham
2. *Leverage* merupakan suatu perbandingan antara jumlah utang jangka panjang dengan modal sendiri atau ekuitas dalam pendanaan perusahaan. Semakin tinggi nilai rasio ini, semakin sedikit proporsi modal yang dimiliki disbanding dengan utang yang dimiliki.
3. Likuiditas menunjukkan besarnya kewajiban lancar yang ditutup dengan aktiva yang diharapkan akan di konversi menjadi kas dalam jangka pendek. Perusahaan dikatakan likuid apabila perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancar yang dimiliki

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan asset ataupun modal sendiri.

Indikator dari Nilai Perusahaan

Naufal & Suwaidi (2021:265) mengemukakan nilai perusahaan dapat diukur dengan metode:

Price to book value (PBV)

Meivia (2019:12) menjelaskan bahwa rasio *Price to Book Value (PBV)* digunakan untuk menilai harga wajar suatu saham dengan membandingkan harga saham terkini dengan nilai bukunya. Ketika nilai PBV tinggi, pasar cenderung lebih percaya pada kinerja dan prospek perusahaan tersebut. Jika harga saham melebihi nilai buku perusahaan, maka rasio PBV akan meningkat yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar keuangan. Adapun rumus PBV adalah sebagai berikut

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

Penelitian ini menggunakan PBV sebagai proksi dari nilai perusahaan. PBV adalah rasio yang digunakan untuk mengukur nilai harga wajar saham dengan membandingkan harga saham terkini dengan nilai bukunya.

Struktur Kepemilikan

Definisi Struktur Kepemilikan

Yusnita, (2020:151) mengemukakan bahwa struktur kepemilikan merupakan wujud komitmen dari pemegang saham untuk mendelegasikan pengendalian kepada para manajer dalam tingkat tertentu.

Struktur Kepemilikan merujuk pada perbandingan antara jumlah saham yang dimiliki oleh individu dalam perusahaan (*Insider*) dan jumlah saham yang dimiliki oleh para investor (Suparlan, 2019:49). Struktur kepemilikan

merupakan proposi kepemilikan yang dimiliki oleh institusi, serta kepemilikan saham oleh manajemen dalam suatu perusahaan (Fredy dan Adhitya, 2021:52).

Indikator Struktur kepemilikan

Fredy dan Adhitya, (2021:48) mengemukakan bahwa struktur kepemilikan dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu:

Kepemilikan Institusional

Haloho, (2021:708) menyatakan kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, badan hukum, institusi asing serta dana perwalian dan institusi lainnya.

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{jumlah Saham Institusional}}{\text{jumlah saham Yang Beredar}}$$

Pada penelitian ini, struktur kepemilikan diukur dengan menggunakan Kepemilikan Instiusional (KI) dengan alasan kepemilikan institusional memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan dengan kepemilikan manajerial ataupun kepemilikan asing, sehingga dengan proporsi yang lebih besar tersebut maka dapat meningkatkan pengawasan yang nantinya dapat mendorong manajemen mewujudkan kinerja yang lebih baik dan melakukan pengawasan yang efektif dan transparan yang memberikan sinyal positif bagi nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Ukuran perusahaan menunjukkan adanya perbedaan risiko usaha perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata rata tingkat penjualan, dan rata rata aktiva (Wati, 2019:33).

Ukuran perusahaan sangat bergantung kepada besar kecilnya suatu perusahaan dan sangat berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh pinjaman. Alfred dan Helin (2020:605), mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan umumnya didefinisikan sebagai skala besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur berdasarkan total aset, total pendapatan, atau indikator lainnya yang relevan. Ukuran perusahaan menjadi penting karena sering digunakan dalam penelitian untuk menentukan pengaruhnya terhadap kinerja, struktur modal, atau aspek lainnya. Perusahaan besar dinilai lebih mudah mendapatkan pinjaman karena nilai aset yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka cenderung menggunakan modal asing juga semakin besar.

Pengukuran Ukuran Perusahaan

Fachrurrozie, (2019:155) mengungkapkan bahwa pengukuran ukuran perusahaan dalam penelitiannya dihitung dengan logaritma natural (Ln) dari total aset. Hal ini dikarenakan besarnya total aset masing masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar penggunaan logaritma natural pada variabel total *aset* bertujuan untuk mengatasi ketidaknormalan data serta mengurangi perbedaan skala yang terlalu besar dibandingkan dengan variabel penelitian lainnya. Adapun perhitungan ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (TA)$$

Berdasarkan uraian di atas menunjukan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural (Ln) total aset. *Logaritma natural* digunakan agar mencegah tingginya fluktuasi data.

Semakin besar total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar asset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak

perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat (Dewi *et al.*, 2013:12).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)

Hackston dan Minle dalam Pratiwi *et al.* (2020:97), mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah proses penyampaian informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, serta kepada masyarakat luas. *CSR disclosure* juga dapat dimaknai sebagai bentuk tanggung jawab moral perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, khususnya komunitas dan masyarakat yang berada di sekitar area operasional perusahaan.

Yuvianita *et al.* (2022:138), pengungkapan tanggung jawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah proses pengkomunikasian efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan.

Rasio Corporate Social Responsibility

Pratiwi *et al.* (2020:100), menjelaskan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengacu pada pedoman *Global Reporting Initiative (GRI)* generasi keempat, atau dikenal dengan G4, yang mencakup 91 indikator pengungkapan. Informasi CSR berdasarkan GRI ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan dengan rumus sebagai berikut:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

dimana:

CSRIJ : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan
 $\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan CSR perusahaan
 N_{ij} : Jumlah item untuk perusahaan 91 indikator

Pengungkapan CSR berpedoman pada *Global Reporting Initiative (GRI)*

Profitabilitas

Definisi Profitabilitas

Kasmir (2019:198) mendefinisikan “Bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan laba selama periode tertentu”. *Return on assets (ROA)* ini juga memberikan ukuran terhadap tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang diidentifikasi oleh laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendanaan investasi. Profitabilitas juga mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui seluruh potensi dan sumber daya yang dimiliki termasuk kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan serta jumlah cabang (Prasasti *et al.*, 2022:997). Sementara Ass. (2020:196) menyatakan bahwa profitabilitas mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktivitas operasional dalam suatu periode tertentu.

Indikator Profitabilitas

Return on Assets (ROA)

Return on Assets mengukur sejumlah mana investasi yang telah dilakukan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Investasi tersebut sesungguhnya berhubungan erat dengan aset perusahaan yang telah ditanamkan atau dialokasikan

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) dalam mengukur profitabilitas. ROA merupakan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan. Rasio ini memberikan informasi mengenai kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba dengan menggunakan aset yang dimiliki. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan aset untuk menghasilkan keuntungan. ROA yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang mampu untuk memanfaatkan asetnya dan menghasilkan keuntungan.

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian merupakan proses mencari fakta baru untuk dikembangkan menjadi suatu teori. Penelitian dibagi menjadi dua jenis, berdasarkan metode penemuan ilmu yaitu jenis kuantitatif dan kualitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), dan data yang berupa angka. Data ini diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang cenderung menggunakan analisis dan landasan teori Sugiyono (2020:205).

Berdasarkan penjabaran di atas, jenis penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian kuantitatif, karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan besarnya variabel yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi

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, 2020:215). Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*Universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya sehingga objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu meliputi perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2024. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 perusahaan.

Penggunaan rentang waktu dalam penelitian ini dimulai tahun 2022 hingga tahun 2024 dengan alasan berikut:

1. Peneliti menggunakan data panel (*Pooled data*) yaitu data ini merupakan gabungan antara *cross section* data dan *time series*.
2. Data tahun 2022 digunakan sebagai data awal tahun periode dengan harapan akan diperoleh data yang lebih objektif dari tahun sebelumnya.
3. Data tahun 2024 digunakan sebagai tahun akhir periode penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran 1 tabel populasi.

Sampel

Sugiyono (2019:81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik penetapan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Non probability sampling* dengan cara *Purposive sampling*. Kriteria pemilihan sampel diuraikan dalam Tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Populasi penelitian Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.	40
Kriteria pengambilan sampel:	
Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengalami kerugian pada periode 2020-2024.	(4)

Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengalami gagal muat (website error) pada periode 2020-2024.	(1)
Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada periode 2020-2024.	(0)
Jumlah sampel yang diperoleh.	35
Jumlah pengambilan = 35 x 3 periode.	105

Sumber: diolah peneliti (2026)

Tabel 3.1 di atas menjelaskan proses pemilihan sampel penelitian dengan langkah langkah yang dilakukan sebagai berikut.

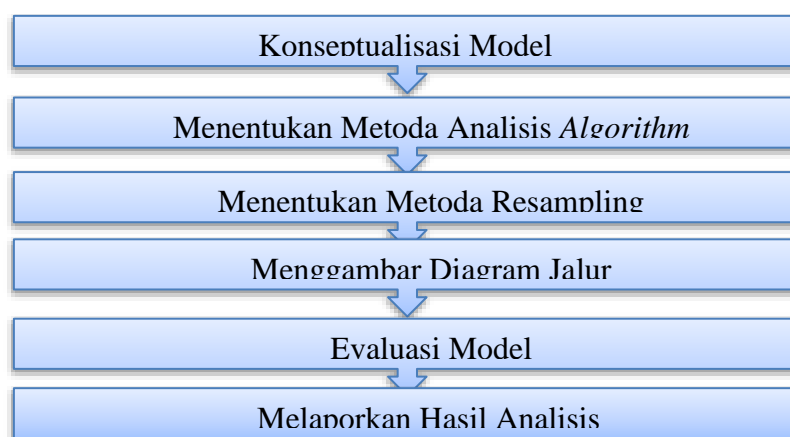
1. Memeriksa jumlah populasi perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2022-2024. Hasil dari pemeriksaan tersebut ditemukan 40 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2022-2024.
2. Dari 40 perusahaan tersebut, kemudian diteliti lagi perusahaan yang mengalami kerugian di periode 2022-2024. Hasilnya terdapat 4 perusahaan yang mengalami kerugian di periode tertentu.
3. Kemudian diperiksa lagi perusahaan yang *website* nya mengalami gagal muat (*error*). Hasil dari pemeriksaan tersebut adalah ditemukannya 1 perusahaan yang *website* nya gagal muat.
4. Secara keseluruhan, jumlah sampel demikian yang memenuhi kriteria selama 3 tahun dalam 35 perusahaan. Dengan demikian jumlah observasi data penelitian yang siap untuk diteliti adalah sebanyak 3 tahun (dari tahun 2022 sampai dengan 2024) dikalikan dengan 35 perusahaan yang telah memenuhi kriteria sampel, sehingga total pengamatan adalah sebesar 105 observasi data penelitian yang siap untuk di uji.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Teknik analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modelling-Partial Least Square*) dengan software WarpPLS 8.0. Teknik analisis SEM-PLS 8.0. Teknik analisis dipilih karena sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yang bersifat prediksi. Selain itu, didasari oleh beberapa pertimbangan bahwa SEM-PLS memiliki beberapa kelebihan, antara lain:

1. SEM-PLS dapat bekerja secara efisien dengan ukuran sampel yang lebih kecil dan model yang kompleks kelebihan.
2. SEM-PLS memberi asumsi distribusi data yang lebih longgar dibanding Teknik analisis lainnya.

Adapun beberapa langkah analisis (Latan dan Ghozali, 2017:49-50) dengan menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation Modelling- -Partial Least Square*) tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini:



Gambar 2.1 Tahapan Analisis SEM-PLS
Sumber: Latan Ghozali (2017)

3. Hasil Penelitian

Uji Goodness of fit

Pengujian ini bertujuan untuk memperoleh model yang sesuai dengan data empiris, karena kesesuaian tersebut menjadi indikator penting dalam menilai kualitas model yang digunakan. Hasil dari uji *goodness of fit* disajikan pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Ringkasan *Rule Of Thumb* Evaluasi Model Struktural

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb	Simpulan
<i>Average Path Coefficient</i> (APC)	P=0.001	Acceptable P<0.05	Diterima
<i>Average R-squared</i> (ARS)	P<0.001	Acceptable P<0.05	Diterima
<i>Average Adjusted RSquared</i> (AARS)	P=<0.001	Acceptable P<0.05	Diterima
<i>Average Block VIF</i> (AVIF)	2.853	Acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	Diterima dan ideal
<i>Average Full Collinearity VIF</i> (AFVIF)	3.316	Acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	Diterima dan ideal
<i>Tenenhaus GoF</i> (GoF)	0.885	Small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36	Diterima dan Large
<i>Sympson's Paradox Ratio</i> (SPR)	1000	Acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	Diterima
<i>R-Squared Contribution Ratio</i> (RSCR)	1000	Acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1	Diterima
<i>Statistical Suppression Ratio</i> (SSR)	1000	Acceptable if ≥ 0.7	Diterima
<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio</i> (NLBCDR)	1000	Acceptable if ≥ 0.7	Diterima dan ideal

Sumber: Diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan seluruh uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan akhir bahwa secara akumulatif, hasil pengujian *goodness of fit* menunjukkan tingkat kesesuaian model yang solid. Temuan empiris ini memberikan legitimasi bahwa model penelitian telah memenuhi standar kualitas data dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut serta pengujian hipotesis.

Uji Full Collinearity VIF, Adjusted R-Squared dan Q-Squared

Adapun hasil uji *full colinearity VIF*, *adjusted R-squared* dan *Q-squared* dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 3.2 Uji *Full Collinearity VIF*, *Adjusted R-Squared* dan *Q-Squared*

	KI	Ln	CSR	ROA	PBV
<i>Full Collin. VIF</i>	1.575	6.267	1.542	5.054	2.140
<i>Adj. R-squared</i>				0.909	0.531
<i>Q-squared</i>				0.806	0.635

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil pengujian *Full Colinearity Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan bahwa nilai VIF untuk masing masing variabel konstruk, yaitu Kepemilikan Institusional (KI) sebesar 1.575, Ukuran

Perusahaan (Ln) sebesar 6.267, *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 1.542, Profitabilitas (ROA) sebesar 5.054, dan Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 2.140 secara umum, nilai VIF pada seluruh variabel masih berada dalam batas yang dapat ditoleransi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak mengalami permasalahan kolinearitas yang bersifat serius, baik kolinearitas vertikal, lateral, maupun *common method* bias, sehingga model layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Selanjutnya, hasil pengujian *Adjusted R-Squared* menunjukkan bahwa *Adjusted R-Squared* pada variabel Profitabilitas (ROA) 0,909 yang mengindikasikan bahwa variasi profitabilitas perusahaan dapat dijelaskan oleh Kepemilikan Institusional (KI), Ukuran Perusahaan (Ln), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Profitabilitas (ROA).

Nilai *Q-squared* sebesar 0,635 yang dihasilkan oleh variabel Nilai Perusahaan (PBV) mengindikasikan bahwa model memiliki *relevansi prediktif*. Berdasarkan pedoman *Rule of Thumb* dalam evaluasi model struktural yang tercantum pada Tabel 3.5, nilai *Q-squared* $\geq 0,15$ menunjukkan bahwa model tersebut termasuk dalam kategori memiliki daya prediksi yang *moderat*. Dengan demikian, nilai *Q-squared* menandakan bahwa model ini memiliki kemampuan prediktif *moderat*.

Sementara *q-squared predictive relevance* yang diperoleh Profitabilitas (ROA) yaitu 0.806 menunjukkan kategori kecil. Model ini dikategorikan memiliki tingkat *relevansi prediktif* yang kecil berdasarkan pedoman *Rule of Thumb* dalam evaluasi model struktural. Mengacu pada Tabel 3.5 apabila nilai *q-squared relevansi prediktif* $\geq 0,02$ maka model tersebut dinilai memiliki kemampuan prediktif yang berada pada kategori kecil.

Uji Effect Size dan Uji Variance Inflation Factors (VIF)

Tabel 3.3 Uji Effect Size dan VIF

Keterangan	Effect Size	VIF
KI \rightarrow PBV	0.314	1.714
Ln \rightarrow PBV	0.148	6.632
CSR \rightarrow PBV	0.083	1.433
KI \rightarrow ROA	0.060	1.484
Ln \rightarrow ROA	0.782	1.670
CSR \rightarrow ROA	0.083	1.323
ROA \rightarrow PBV	0.096	5.712

Diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 3.3 nilai *effect size* variabel KI terhadap PBV sebesar 0,314 ($\geq 0,15$), yang dikategorikan pengaruh menengah hingga mendekati ke besar. Hal ini menunjukkan bahwa KI memiliki peran yang cukup penting dalam menentukan PBV. Sementara itu, nilai VIF sebesar 1,714 menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak mengalami masalah kolinearitas

Selanjutnya, nilai *effect size* variabel Ln terhadap PBV sebesar 0,148 ($\geq 0,02$), yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil hingga menengah. Temuan ini mengindikasikan bahwa Ln memiliki kontribusi yang relatif terbatas dalam mempengaruhi PBV. Nilai VIF sebesar 6.632 menunjukkan adanya indikasi kolinearitas vertikal yang perlu diperhatikan, meskipun model secara keseluruhan masih dapat diterima karena nilai tersebut belum melampaui batas maksimum yang diperbolehkan dalam pendekatan SEM-PLS, yaitu di bawah 10.

Berdasarkan nilai *effect size* variabel CSR terhadap PBV memiliki nilai sebesar 0,083 ($\geq 0,02$), yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Hal ini menunjukkan bahwa CSR kurang memiliki peran dalam menentukan PBV. Nilai VIF sebesar 1.433 mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel bebas tidak mengalami kolinearitas.

Berdasarkan nilai *effect size* variabel KI terhadap ROA sebesar 0.060 ($\geq 0,02$), yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil hingga menengah. Temuan ini menunjukkan bahwa KI memiliki kontribusi relatif terbatas dalam mempengaruhi ROA. Nilai VIF sebesar 1.484 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah kolinearitas dalam hubungan ini.

Berdasarkan nilai *effect size*, variabel Ln terhadap ROA memiliki nilai sebesar 0.782 ($\geq 0,35$), yang dikategorikan sebagai pengaruh besar. Hal ini menunjukkan bahwa Ln merupakan variabel yang sangat dominan dalam menentukan ROA. Nilai VIF sebesar 1,670 menunjukkan bahwa hubungan ini terbebas dari masalah kolinearitas vertikal.

Berdasarkan nilai *effect size*, variabel CSR terhadap ROA sebesar 0,083 ($\geq 0,02$), yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Temuan ini mengindikasikan CSR kurang memiliki peran penting dalam menentukan PBV. Nilai VIF sebesar 1.323 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bebas tidak mengalami kolinearitas.

Berdasarkan nilai *effect size* dari ROA terhadap PBV adalah sebesar 0,096 ($\geq 0,02$), yang menunjukkan bahwa ROA memberikan pengaruh menengah dalam menentukan PBV. Nilai VIF sebesar 5,712 Berdasarkan hasil output Variance Inflation Factor (VIF) untuk seluruh variabel dalam penelitian ini, sebagian besar variabel memperoleh nilai VIF di bawah batas ideal 3,3. Adapun variabel Ln terhadap PBV dan ROA terhadap PBV memperoleh nilai VIF masing-masing sebesar 6,632 dan 5,712 yang melampaui batas ideal, namun masih berada jauh di bawah batas maksimum 10 yang diperkenankan dalam pendekatan SEM-PLS (Hair et al., 2011). Kondisi ini wajar terjadi secara alamiah mengingat besarnya skala aset perusahaan perbankan secara inheren berkaitan erat dengan nilai pasar perusahaan, demikian pula profitabilitas yang secara teoritis memiliki keterkaitan langsung dengan nilai perusahaan. Dengan demikian, model penelitian ini masih layak dan valid untuk digunakan dalam pengujian hipotesis lebih lanjut.

Uji Signifikan Pengaruh antar Variabel

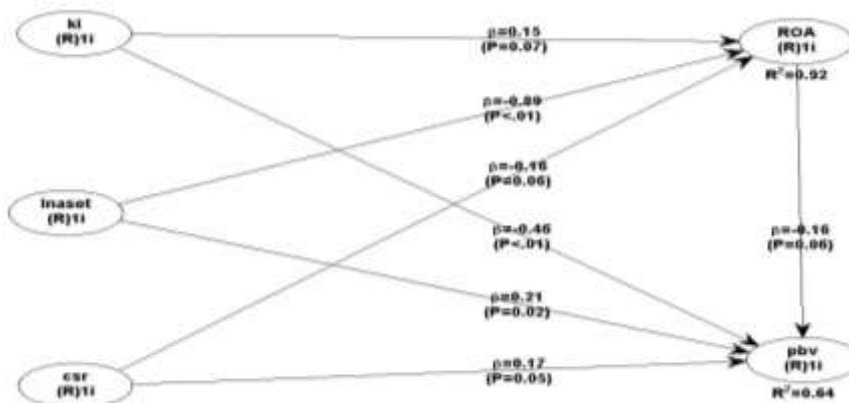
Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap hubungan signifikan antar variabel yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Adapun hasil uji hubungan antar konstruk, dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 3.4 Uji Signifikan Pengaruh antar Variabel

Path Deskripsi	Koefisien Path	P-Value
KI → PBV	-0.461	<0,001
Ln → PBV	0.215	0.020
CSR → PBV	0.168	0.050
KI → ROA	0.148	0.072
Ln → ROA	-0.888	<0.001
CSR → ROA	-0.157	0.061
ROA → PBV	-0.162	0.055

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Selain melalui tabel, hasil estimasi tingkat signifikan mengenai hubungan antar variabel dan penelitian ini juga divisualisasikan secara komprehensif pada Gambar 4.1 Gambar tersebut menyajikan model diagram jalur (*path diagram*) yang mengilustrasikan arah serta besaran pengaruh antar konstruk yang di teliti secara lebih sistematis.



Gambar 3.1 Estimasi Hubungan antar Variabel dalam Model Empiris

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7179>

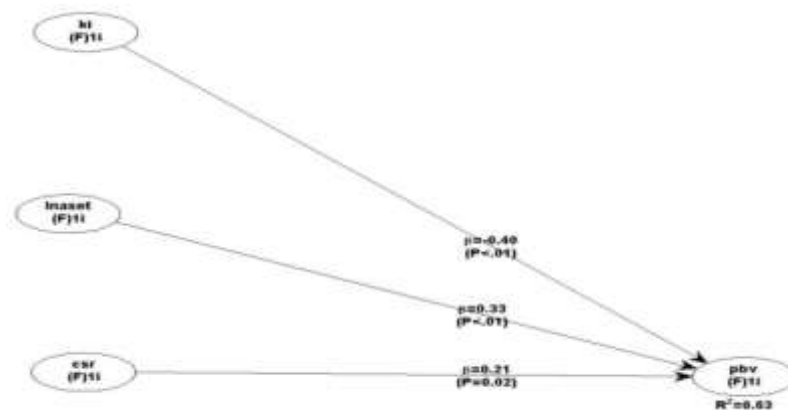
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Berdasarkan Tabel 4.4 dan Gambar 4.1, dapat diketahui bahwa variabel eksogen yang memberikan pengaruh terhadap variabel endogen dalam hubungan antar variabel adalah sebagai berikut: 1) pengaruh Struktur Kepemilikan (KI) terhadap Nilai Perusahaan (PBV), 2) pengaruh Ukuran Perusahaan (Ln) terhadap Nilai Perusahaan (PBV), 3) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV), 4) Kepemilikan Institusional (KI) terhadap Profitabilitas (ROA) 5) pengaruh Ukuran Perusahaan (Ln) terhadap Profitabilitas (ROA), 6) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas (ROA), 7) pengaruh Profitabilitis (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Pengujian Mediasi

Mengacu pada alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu WarpPLS versi 8.0, pengujian mediasi dilakukan untuk menguji beberapa hipotesis dengan pendekatan dua tahap. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab 3, penelitian ini menguji peran Profitabilitas (ROA) sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Kepemilikan Institusional (KI), Ukuran Perusahaan (Ln), *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas (ROA) dan Nilai Perusahaan (PBV).

Pendekatan dua tahap dalam pengujian mediasi ini terdiri dari dua fase utama, tergantung pada metode yang digunakan. Pertama, prosedurnya dimulai dengan mengestimasi pengaruh langsung dari variabel eksogen (ROA) terhadap variabel endogen (PBV), yang dikenal sebagai jalur “c”. setelah tahap ini dilakukan, hasil estimasi pengaruh langsung dapat diperoleh dengan tampilan dalam Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Pengaruh Langsung dari ROA terhadap PBV
 Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan melalui uji statistik, rincian mengenai besaran koefisien jalur serta tingkat signifikansi yang menunjukkan pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam penelitian ini dapat dicermati pada paparan Tabel 4.5 berikut.

Tabel 3.5 Pengaruh langsung ROA terhdap PBV

<i>Description Path</i>	<i>Path Coefficien</i>	<i>P-Value</i>
KI→PBV	0.461	<0,001
Ln→PBV	0.215	0.020
CSR→PBV	0.168	0.050

Sumber: WarpPLS 8.0 (2026)

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa estimasi pengaruh langsung Kepemilikan Institusional (KI) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) ternyata signifikan pada tingkat 1% 0.461, Ukuran Perusahaan (Ln) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) ternyata signifikan pada tingkat 5% dengan koefisien jalur positif 0,215. Dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) ternyata signifikan pada tingkat 5% dengan koefisien jalur positif 0.168.

Oleh karena itu, pengujian mediasi dapat dilanjutkan ke tahap **kedua**, yaitu mengestimasi pengaruh tidak langsung secara simultan menggunakan model segitiga dalam PLS-SEM, yaitu $X \rightarrow Y$ (jalur c), $X \rightarrow M$ (jalur a), dan $M \rightarrow Y$ (jalur b). Estimasi pengaruh tidak langsung dari variabel Kepemilikan Institusional (KI), Ukuran Perusahaan (Ln), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui jalur $X \rightarrow Y$ (jalur c) ditampilkan dalam Tabel 4.4. Sementara itu, hasil estimasi untuk jalur $X \rightarrow M$ (jalur a), $M \rightarrow Y$ (jalur a), dan $M \rightarrow Y$ (jalur b) dari variabel ROA disajikan pada Gambar 4.1.

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa nilai p untuk hubungan $PBV \rightarrow ROA$ (jalur a) signifikan pada level 1% ($p < 0,01$). Hal yang sama berlaku untuk hubungan $ROA \rightarrow PBV$ (jalur b), yang signifikan pada level 1% ($p < 0,01$). Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen, yaitu, dapat *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimediasi oleh Profitabilitas (ROA) dalam mempengaruhi nilai perusahaan (PBV).

Tabel 3.6 Pengaruh Tidak Langsung dari CSR terhadap PBV melalui ROA

Hubungan Variabel	Path Coefficient	P-Value	Signifikan/tidak signifikan
KI \rightarrow ROA \rightarrow PBV	0.148	0.072	Signifikan
Ln \rightarrow ROA \rightarrow PBV	-0.888	<0.001	Signifikan
CSR \rightarrow ROA \rightarrow PBV	-0.157	0.061	Signifikan

Sumber: WarpPLS 8.0 (2026)

Berdasarkan output estimasi pada Tabel 3.6, dimana Kepemilikan Institusional (KI), Ukuran Perusahaan (Ln), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Profitabilitas (ROA). Setelah kedua langkah analisis mediasi terpenuhi, langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan mediasi dapat ditentukan dengan mempertimbangkan perubahan koefisien jalur "c" pada langkah (2) dibandingkan dengan jalur "c" pada langkah (1) :

1. Jika koefisien "c" tetap signifikan dan tidak berubah ($c' = c$), maka tidak ada efek mediasi dan hipotesis mediasi tidak didukung.
2. Jika koefisien "c" menurun ($c' < c$) tetapi tetap signifikan, maka mediasi bersifat parsial.
3. Jika koefisien "c" menurun ($c' < c$) dan menjadi tidak signifikan, mediasi bersifat sempurna.

Berdasarkan prosedur, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) mampu memediasi pengaruh Kepemilikan Institusional (KI), Ukuran Perusahaan (Ln), *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Mengacu pada prosedur pengambilan kesimpulan dari mediasi yang dihasilkan, maka diperoleh hasil bahwa ROA dapat memediasi pengaruh KI, Ln, CSR pada PBV mengenai bentuk mediasi yang terjadi di atas : 1) Pengaruh KI terhadap PBV yang di mediasi oleh ROA tergolong mediasi parsial karena pengaruh KI terhadap PBV menurun setelah di mediasi oleh ROA namun tetap signifikan. 2) Pengaruh Ln terhadap PBV yang dimediasi oleh ROA tergolong mediasi parsial karena pengaruh Ln terhadap PBV menurun setelah dimediasi oleh ROA namun tetap signifikan. 3) pengaruh CSR terhadap PBV yang dimediasi oleh ROA tergolong mediasi parsial karena pengaruh CSR terhadap PBV menurun setelah di mediasi oleh ROA namun tetap signifikan.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan perbankan. Ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan baik secara langsung maupun melalui profitabilitas sebagai variabel mediasi. Profitabilitas sendiri berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas berperan sebagai mekanisme penting yang menghubungkan struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan CSR dengan nilai perusahaan pada sektor perbankan di Indonesia. Saran: Perusahaan perbankan disarankan untuk mengoptimalkan struktur kepemilikan, meningkatkan skala usaha, serta mengimplementasikan program CSR secara berkelanjutan guna meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Investor juga perlu memperhatikan profitabilitas serta faktor fundamental perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti corporate governance atau faktor makroekonomi serta memperluas periode penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Referensi

1. Amimakmur, S. A., Saifi, M., Damayanti, C. R., & Hutahayan, B. (2024). Assessing the moderating effect of IT innovation on the interplay among company size, financial performance, and company value. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100318. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100318>
2. Arie, Y. L. dan W. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(2), 346–357. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/13420>
3. Irawan, A., Ovami, D. C., Prima, A. P., & Putri, A. P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 341–348. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i1.3114>
4. Meidiana Puri, R., Yuliani, Y., & Thamrin, K. M. H. (2024). The Effect Of Company Size And Capital Structure On Firm Value With Profitability As An Intervening Variable. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(4), 2274–2292. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i4.1359>
5. Manajemen, J., Bisnis, D. A. N., Manajemen, J., & Bisnis, D. A. N. (2023). *PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVINING PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA* *Kornel Munthe*. 23, 10–24.
6. Manajemen, J. I., Kewirausahaan, B., Aulia, D., & Mulyani, A. S. (2025). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. 5, 256–270. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i3.1314>
7. Novita, S., & Ainiyah, N. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Firm Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. 8, 34–48.
8. Otoxsusilo, D. M., Ratnaningsih, C. S., Windhyastiti, I., & Khourouh, U. (2023). *The Effect of Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility , and Capital Structure on Firm Value with Profitability as an Intervening Variable in Banking Companies*. 9(2), 192–216.
9. Perusahaan, P. U., & Struktur, P. D. A. N. (n.d.). *Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia*.
10. Putri, W. A., & Darwanto. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure Analysis with Social Performance Indicators in Sharia Banking in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(6), 874–883. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20226pp874-883>
11. Panjaitan, M. J. (2015). Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Dan Moderating (Studi Empris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal TEKUN*, 6(1), 54–81. www.hukumonline.com
12. Saraswati, E. (2023). Quality of Banking Sustainability Reports: Symbolic or Substantive? *Advances in Image and Video Processing*, 11(6), 157–171. <https://doi.org/10.14738/aivp.116.15941>
13. Sindhu, M. I., Windijarto, Wong, W. K., & Maswadi, L. (2024). Implications of corporate social responsibility on the financial and non-financial performance of the banking sector: A moderated and mediated mechanism. *Heliyon*, 10(9), e30557. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30557>
14. Spence, Michael. 1973. Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3. (Aug., 1973), pp. 355-374.
15. Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
16. Wijaya, H., Andy, A., Febrianty, L., Elihu, C., & Morgan, B. (2023). *The Influence Of Dividend Policy , Firm Size , Capital Structure , And Csr On Banking Companies ' Value*. 1(2), 442–450.