

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi Pada Sektor Barang Baku (*Basic Materials*)

Kezya Eferilla Br Sembiring¹, Jeudi Agustina Taman Parulian Sianturi², Mislan Sihite³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

Kezyaeferilla@gmail.com, Jeudisianturi@yahoo.co.id, mislansihite1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi pada sektor barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan perangkat lunak WarpPls versi 8.0. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu perusahaan yang tergolong dalam perusahaan industri barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 yang telah memenuhi kriteria adalah sebanyak 51 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, CSR mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan.

1. Latar Belakang

Sektor barang baku (*basic materials*) adalah jenis usaha yang menjual produk dan layanan yang dipakai oleh industri lain sebagai bahan dasar untuk membuat barang jadi. Sektor barang baku dianggap sebagai sektor terbaik pertama dalam hal investasi saham (Rosmanidar *et al*, 2024:112). Sektor ini bisa dibilang sebagai salah satu bagian penting dan menarik di suatu negara, karena menyediakan bahan baku yang diperlukan oleh industri lainnya. Ketika harga produk yang dihasilkan oleh sektor barang baku meningkat, hal ini akan berpengaruh pada nilai harga pokok produksi dari sektor industri lain. Inilah yang membuat sektor barang baku dipercaya sebagai salah satu investasi yang menjanjikan.

Kegiatan investasi yang dilakukan para investor membutuhkan informasi tentang perusahaan yang dijadikan tempat berinvestasi. Informasi yang dibutuhkan para investor dapat dilihat melalui penilaian perkembangan saham dan laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, agar tidak salah memilih dalam berinvestasi, investor harus terlebih dahulu mengevaluasi dan meneliti saham perusahaan tersebut (Bagaskara *et al*, 2021:30). Para investor juga perlu mengetahui aspek-aspek yang memengaruhi kondisi perusahaan di masa yang akan datang. Bagi investor untuk membuat keputusan investasi ke perusahaan tergantung pada perubahan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang menggambarkan seberapa baik perusahaan dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan kemampuan suatu perusahaan yang menggambarkan kinerja keuangan yang baik. Nilai perusahaan berkaitan dengan harga saham dan laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Mudjijah *et al*, 2019). Tolak ukur bagi para investor dalam menilai sebuah perusahaan yaitu dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Tobin's q* sebagai proksi dari nilai perusahaan. *Tobin's q* didefinisikan sebagai nilai pasar sebuah perusahaan dibagi dengan biaya penggantian asetnya (Fu *et al*, 2017:9). Rasio *Tobin's q* memberikan informasi peluang investasi kepada investor karena dapat mencerminkan perusahaan mampu atau tidak dalam meningkatkan prospek masa depan yang lebih baik. Semakin tinggi *Tobin's q*

menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dalam jangka panjang dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan berusaha meningkatkan nilai perusahaannya agar investor tertarik untuk berinvestasi.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dari berbagai aktivitas perusahaan melalui sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menarik perhatian para investor terhadap sahamnya, sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.

Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan *return on asset (ROA)* dengan alasan *return on asset* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah seluruh aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi *ROA* menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik dan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melakukan pengembalian akan investasi.

Pertumbuhan *ROA* dapat memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan dan kemakmuran setiap investor dari tingkat *return* investasi yang tinggi. Pertumbuhan *ROA* juga dapat meyakinkan para investor bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek pertumbuhan *ROA* yang baik. Investor akan meneliti motivasi yang tinggi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga berdampak pada kenaikan harga saham dan juga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga menjadi faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan faktor penting menentukan kapasitasnya dalam menghasilkan keuntungan. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran atau skala dari perusahaan maka semakin mudah pula usaha tersebut memperoleh dana internal maupun eksternal untuk kebutuhan operasional (Fajriah *et al.*, 2022). 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).

Ukuran perusahaan pada penelitian ini diproksikan dengan Ln (total aset), dengan alasan perusahaan yang mempunyai total aset besar menunjukkan prospek kinerja yang baik dan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar dapat memenuhi permintaan produk sehingga investor lebih yakin menanamkan modalnya pada perusahaan yang besar.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari bebrapa penelitian terdahulu

Tabel 1.1 Research Gap

ISSUE	PENELITI	TEMUAN	RESEARCH GAP
Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.	Simbolon <i>et al.</i> , (2024)	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
	Ramadhani <i>et al.</i> , (2024)	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	
	Bitu <i>et al.</i> , (2021)	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	
	Fitri dan haryati (2022)	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	
	Sukanti dan Rahmawati (2023)	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	
	Purti dan Gantino (2023)	Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	
	Bintari dan Kusnandar, (2020)	Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	
	Kurniasari dan Widyawati (2023)	Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan	
	Muharramah dan Hakim (2021)	Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.	
	Kansil <i>et al.</i> (2021)	Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	

Sumber: Penelitian terdahulu, 2025

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, keadaan ini menyiratkan bahwa sepertinya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan bukan hanya sekedar pengaruh langsung atau sederhana, melainkan lebih mengarah kepada hubungan tidak langsung. Oleh karena itu, untuk mengatasi ketidakonsistenan pengaruh

profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sepertinya memerlukan suatu variabel mediasi dalam upaya memitigasi ketidakkonsistenan tersebut. Untuk itu, maka peneliti mengusulkan *CSR* sebagai variabel mediasi untuk mengatasi ketidakkonsistenan pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Secara umum, penelitian merupakan proses mencari fakta baru untuk dikembangkan menjadi suatu teori. Penelitian dibagi menjadi dua jenis, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan penelitian berlandaskan *positivistic* (data konkrit), dan data yang berupa angka. Data ini diukur menggunakan *statistic* sebagai alat uji perhitungan. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Berdasarkan penjelasan di atas, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan besarnya nilai variabel yang diteliti

2.2 Populasi Dan Sampel

2.2.1 Populasi

Secara umum, penelitian merupakan proses mencari fakta baru untuk dikembangkan menjadi suatu teori. Penelitian dibagi menjadi dua jenis, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan penelitian berlandaskan *positivistic* (data konkrit), dan data yang berupa angka. Data ini diukur menggunakan *statistic* sebagai alat uji perhitungan. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan besarnya nilai variabel yang diteliti

2.2.2 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*.

Sugiyono (2019:87) menjelaskan bahwa pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Adapun kriteria penetapan sampel yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel

Keterangan		Jumlah
Populasi penelitian: Perusahaan Barang Baku (<i>Basic Materials</i>) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode: 2019-2023.		109
Kriteria pengambilan sampel:		
1.	Perusahaan Barang Baku (<i>Basic Materials</i>) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan secara lengkap pada periode 2019-2023.	(40)
2.	Perusahaan Industri Barang Baku (<i>Basic Materials</i>) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada periode 2019-2023	(18)
Jumlah sampel yang diperoleh		51
Jumlah pengamatan = 51 x 5 periode		255

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

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

1. Memeriksa jumlah populasi Perusahaan Barang Baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2019-2023. Hasil dari pemeriksaan tersebut ditemukan 109 perusahaan industri Barang Baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Dari 109 perusahaan tersebut, kemudian diteliti lagi perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangannya. Hasilnya terdapat 40 perusahaan yang tidak konsisten mempublikasikan laporan keuangannya.
3. Kemudian diperiksa lagi perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah. Hasil dari pemeriksaan tersebut adalah ditemukannya 18 perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah.
4. Secara keseluruhan, jumlah sampel yang memenuhi kriteria selama 5 tahun adalah 51 perusahaan. Dengan demikian jumlah observasi data penelitian yang siap untuk diteliti adalah sebanyak 5 tahun (dari tahun 2019 sampai dengan 2023) dikalikan dengan perusahaan yang telah memenuhi kriteria sampel, sehingga total

pengamatan adalah sebesar 255 observasi data penelitian yang siap untuk diuji.

2.3 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 dipilih karena sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu 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.
2. SEM-PLS memberi asumsi distribusi data yang lebih longgar dibanding Teknik analisis lainnya.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Uji Goodness of Fit

Pengujian bertujuan guna menemukan suatu model yang *fit* dengan data *original* karena hal ini berguna untuk mengukur kualitas dari model. Adapun hasil pengujian *goodness of fit* tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini :

Tabel 3.1 Goodness of Fit

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb	Simpulan
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$P < 0.001$	<i>Acceptable</i> $P < 0.05$	Diterima
<i>Average R-squared (ARS)</i>	$P = 0.006$	<i>Acceptable</i> $P < 0.05$	Diterima
<i>Average Adjusted RSquared (AARS)</i>	$P = 0.019$	<i>Acceptable</i> $P < 0.05$	Diterima
<i>Average Block VIF (AVIF)</i>	1.078	<i>Acceptable if</i> ≤ 5 , <i>ideally</i> ≤ 3.3	Diterima dan Ideal
<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>	1.105	<i>Acceptable if</i> ≤ 5 , <i>ideally</i> ≤ 3.3	Diterima dan Ideal
<i>Tenenhous GoF (GoF)</i>	0.257	<i>Small</i> ≥ 0.1 , <i>medium</i> ≥ 0.25 , <i>large</i> ≥ 0.36	Diterima, <i>medium</i>
<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	1.000	<i>Acceptable if</i> ≥ 0.7 , <i>ideally</i> $= 1$	Diterima
<i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	1.000	<i>Acceptable if</i> ≥ 0.9 , <i>ideally</i> $= 1$	Diterima
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	1.000	<i>Acceptable if</i> ≥ 0.7	Diterima
<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)</i>	1.000	<i>Acceptable If</i> ≥ 0.7	Diterima

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Mengacu pada hasil uji *goodness of fit* yang ditunjukkan pada Tabel 4.1 di atas maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini mempunyai fit yang baik. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* untuk *APC* (*Average Path Coefficient*), *ARS* (*Average R-Squared*) dan *AARS* (*Average Adjusted R-Squared*) yang lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar $P < 0.001$, 0.006 dan 0.019. Selain itu, nilai yang dihasilkan *AVIF* dan *AFVIF* yaitu sebesar 1.078 dan 1.105. Nilai yang dihasilkan ini, ternyata memenuhi kriteria yaitu lebih kecil daripada 3.3 dan tergolong ideal. Hal tersebut diartikan bahwa tidak ada masalah mengenai multikolinieritas antar variabel eksogen. Kemudian untuk nilai dari *Goodness of Fit (GoF)* yang dihasilkan sebesar 0.257, ternyata memenuhi kriteria “*medium*” karena sesuai dengan *Rule of Thumb* Evaluasi Model Struktural yang dapat dilihat pada tabel 3.5 (*Medium* ≥ 0.25). Artinya adalah kekuatan untuk memprediksi model penelitian ini sangatlah kuat dan dapat dipertimbangkan untuk diterima. *Sympson's Paradox Ratio (SPR)* pada penelitian ini menghasilkan nilai 1 (≥ 0.7). Nilai yang diperoleh ini, ternyata memenuhi kriteria yaitu lebih besar sama dengan 0,7. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya masalah yang didapati mengenai kausalitas di dalam model tersebut.

Selanjutnya nilai yang diperoleh untuk *RSCR* (*R-Squared Contribution Ratio*) yaitu 1. Nilai *RSCR* (*R-Squared Contribution Ratio*) ini dapat diterima karena lebih besar daripada 0.9. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa model bebas dari kontribusi *R-Squared* yang bernilai negatif. Kemudian untuk nilai *SSR* (*Statistical Suppression Ratio*) yang diperoleh yaitu sebesar 1 (≥ 0.7), yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar atau sama dengan 0.7. Keadaan ini menunjukkan bahwa model bebas dari masalah *statistical suppression effect*. Masalah ini dapat terjadi apabila koefisien yang mempunyai nilai lebih besar dibandingkan dengan hubungan korelasi dengan jalur yang menghubungkan kedua variabel tersebut (Latan dan Ghozali, 2017).

Melalui penjelasan di atas, secara menyeluruh hasil yang diperoleh dari *goodness of fit* pada model penelitian ini menunjukkan *fit* yang sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa evaluasi model *fit* sesuai atau didukung oleh data penelitian.

3.2 Uji Full Collinearity Variance Inflation Factor (VIF), Adjusted R-Squared dan Q-Square

Pengujian *full collinearity VIF* (Variance Inflation Factor) yaitu suatu pengujian kolinearitas penuh yang mencakup multikolinearitas vertikal dan lateral (Sholihin dan Ratmono, 2013:308). Kolinearitas vertikal atau klasik adalah kolinearitas antar variabel prediktor dalam blok yang sama, sedangkan kolinearitas lateral merupakan kolinearitas antar variabel prediktor terhadap kriteria.

Kolinearitas lateral juga dapat digunakan untuk menguji *common method bias*. Adapun untuk pengujian *full collinearity VIF* harus memenuhi kriteria, dimana nilai *full collinearity VIF*-nya harus lebih rendah dari 3.3 (Kock, 2013:12). Pengujian *adjusted R-squared* dilaksanakan untuk menjelaskan pengaruh dari variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen, apakah mempunyai pengaruh yang *substantive* (Latan dan Ghozali, 2017). Sementara untuk uji *Q-squared* digunakan untuk mengetahui apakah suatu model penelitian itu memiliki *predictive relevance* (Latan dan Ghozali, 2017). Adapun hasil uji *full collinearity VIF*, *adjusted Rsquared* dan *Q-squared* dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini:

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

	<i>ROA</i>	<i>LN(TA)</i>	<i>CSRDI</i>	<i>Tobin's Q</i>
<i>Full Collin.VIF</i>	1.046	1.167	1.149	1.057
<i>Adj. R-Squared</i>			0.033	0.085
<i>Q-squared</i>			0.038	0.103

Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, tampak nilai *Full Collinearity VIF* untuk masing-masing variabel konstruk lebih kecil dari 3.3. Hal ini menggambarkan bahwa model tersebut bebas dari masalah kolinearitas vertikal, lateral dan *common bias*. Selain itu, nilai *Adjusted R-squared* untuk variasi yang mempengaruhi *Tobin's Q* diperoleh 0.085 yang berarti bahwa pengaruh dari variasi profitabilitas (*ROA*), ukuran perusahaan (*LnTA*), dan *corporate responsibility social* (*CSRDI*) terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* adalah sebesar 8,5%.

Nilai *Adjusted R-squared* untuk variasi yang mempengaruhi *CSR* (*CSRDI*) diperoleh 0.033 yang berarti bahwa pengaruh dari variasi profitabilitas (*ROA*) terhadap *CSR* adalah sebesar 3,3%. Selanjutnya untuk nilai *q-squared* yang diperoleh yaitu sebesar 0.103, yang didapat dari variabel *Tobin's Q* menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*. Adapun nilai *q-squared predictive relevance* yang dihasilkan oleh variabel nilai perusahaan (*Tobin's Q*) yaitu sebesar 0.103, termasuk dalam kategori yang lemah. Dikategorikan lemah karena berlandaskan pada *Rule of Thumb* Evaluasi Model Struktural yang dapat dilihat pada tabel 3.3 bahwa jika *q-squared predictive relevance* ≥ 0.02 , berarti menunjukkan model tersebut memiliki *q-squared predictive relevance* yang lemah. Selanjutnya *q-squared predictive relevance* yang diperoleh *CSRDI* yaitu $0.038 \geq 0.02$ menunjukkan model tersebut memiliki *q-squared predictive relevance* yang lemah.

3.3 Uji Effect Size dan Uji Variance Inflation Factors (VIF)

Output effect size adalah nilai absolut kontribusi individual pada setiap variabel prediktor pada nilai *R-squared* variabel kriteria, *effect size* menampilkan pengaruh variabel prediktor dalam pandangan praktis (Sholihin dan Ratmono, 2013). Selanjutnya uji *VIF* (Variance Inflation Factors) menampilkan hasil pengujian kolinearitas vertikal yaitu antara variabel prediktor, nilai *VIF* (Variance Inflation Factors) ditampilkan untuk masing-masing variabel kriteria menunjukkan tingkat kolinearitas atau *redundancy* antar variabel *predictor* (Sholihin dan Ratmono, 2013). Berikut di bawah ini tabel 4.3 menampilkan hasil uji *effect size* dan *VIF* (Variance Inflation Factors).

Tabel 3.3 Uji Effect Size dan VIF

Keterangan	<i>Effect Size</i>	<i>VIF</i>
<i>ROA</i> → <i>Tobin's q</i>	0.039	1.046
<i>Ln(TA)</i> → <i>Tobin's q</i>	0.033	1.167
<i>ROA</i> → <i>CSRDI</i>	0.037	1.149
<i>CSRDI</i> → <i>Tobin's q</i>	0.029	1.057

Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Mengacu pada Tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa nilai *effect size* untuk variabel profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (*ROA*) terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan (*Tobin's Q*) yaitu 0.039 (≥ 0.02) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (*ROA*) digolongkan dalam kategori kecil yang dilihat dari *Rule of Thumb* Evaluasi Model Struktural pada tabel 3.3. Hal ini berarti bahwa pengaruh profitabilitas (*ROA*) memiliki peran yang kecil terhadap terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*). Selanjutnya nilai *effect size* untuk variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan (*LnTA*) terhadap variabel nilai perusahaan yang diukur dengan (*Tobin's q*) yaitu 0.033 (≥ 0.02) yang digolongkan dalam kategori lemah dan menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*LnTA*) memiliki peran yang kecil terhadap nilai perusahaan (*Tobin's q*).

Nilai *effect size* untuk variabel profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (*ROA*) terhadap *CSR*

yang diukur dengan *CSRDI* yaitu 0.037, mengindikasikan pengaruh antara profitabilitas (*ROA*) terhadap *CSR* (*CSRDI*) digolongkan dalam kategori lemah dan memiliki peranan kecil. Selanjutnya, nilai *effect size* untuk *CSR* (*CSRDI*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*) yaitu 0.029 (≥ 0.02), mengindikasikan bahwa pengaruh antara *CSR* (*CSRDI*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*) digolongkan dalam kategori lemah dan menunjukkan bahwa *CSR* (*CSRDI*) memiliki peranan yang kecil terhadap nilai perusahaan (*Tobin's q*).

Ditinjau dari segi *output* nilai *VIF* (*Variance Inflations Factors*) yang dihasilkan dari keseluruhan variabel dalam penelitian ini, berada di bawah 3.3. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini, telah memenuhi kriteria yang menunjukkan bahwa tidak adanya masalah kolinieritas vertikal dalam model.

3.4 Uji Signifikansi Pengaruh Antar Variabel

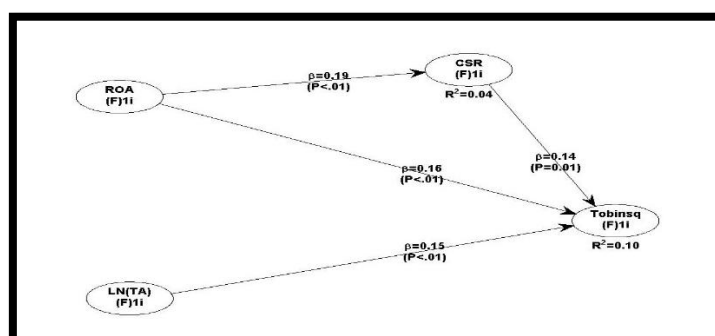
Pada tahapan ini akan melakukan analisis hubungan signifikansi antara variabel yang akan digunakan dalam rangka menjawab rumusan masalah serta untuk melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan pada penelitian ini. Adapun hasil uji hubungan antar konstruk, dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 3.4 Uji Signifikansi Pengaruh Antar Variabel

Description Path	Path Coefficient	P-Value
<i>ROA</i> → <i>Tobin's q</i>	0.164	<0.001
<i>Ln(TA)</i> → <i>Tobin's q</i>	0.152	0.002
<i>ROA</i> → <i>CSR</i>	0.191	<0.001
<i>CSR</i> → <i>Tobin's q</i>	0.142	0.003

Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Hasil estimasi signifikansi hubungan antar variabel dapat juga ditunjukkan pada gambar 3.1 berikut ini, yaitu mengenai model diagram jalur:



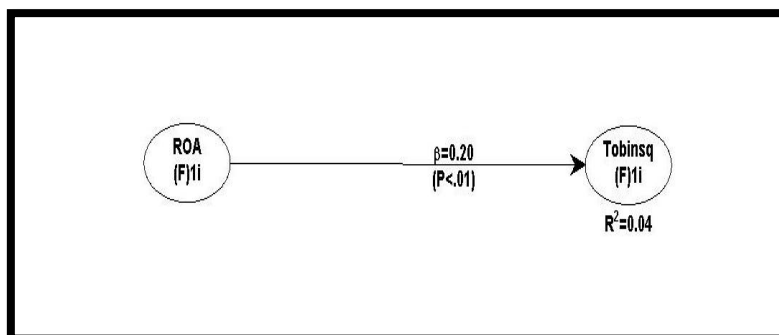
Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Gambar 3.1 Estimasi Hubungan antar Variabel dalam Model Empiris

Mengacu pada Tabel 4.4 dan Gambar 4.1, dapat dilihat hubungan antar variabel, dimana variabel eksogen yang berpengaruh terhadap variabel endogen yaitu: 1) pengaruh profitabilitas (*ROA*) terhadap *CSR* (*CSRDI*) sedangkan pada Tabel 4.4 dan Gambar 4.1 dapat dilihat pula, hubungan antara variabel eksogen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel endogen yaitu: 2) pengaruh *CSR* (*CSRDI*) terhadap nilai perusahaan, 3) pengaruh profitabilitas (*ROA*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*), 4) pengaruh ukuran perusahaan (*Ln TA*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's q*).

3.5 Pengujian Mediasi

Pengujian mediasi akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan dua langkah untuk pengujian *CSR* (*CSRDI*) sebagai pemediasi untuk pengaruh profitabilitas (*ROA*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's q*). Adapun tahapan pengujian tersebut terdiri dari dua tahapan sesuai dengan nama metodenya dengan prosedur sebagai berikut, yaitu: **Pertama**, melakukan estimasi pengaruh langsung dari variabel eksogen profitabilitas (*ROA*) variabel endogen nilai perusahaan (*Tobin's q*) yang dinyatakan sebagai jalur c. Jika langkah ini telah dilakukan maka akan memperoleh hasil estimasi *direct effect* seperti yang terlihat pada gambar 4.2



Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Gambar 3.2 Pengaruh langsung dari ROA terhadap Tobin's Q

Hasil pengujian yang komprehensif atas pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen secara langsung pada riset ini, dapat diperhatikan pada Tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 3.5 Pengaruh langsung dari ROA terhadap Tobin's Q

Description Path	Path Coefficient	P-Value
ROA → Tobin's q	0.191	<0.001

Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil estimasi *direct effect* atau pengaruh langsung antara profitabilitas (*ROA*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's q*) ternyata signifikan pada tingkat 1%. Dengan demikian, uji mediasi dapat dilanjutkan pada tahap yang **kedua**, yaitu melakukan estimasi pengaruh tidak langsung secara bersama-sama (simultan) dengan menggunakan model *triangle* dari PLS SEM, yaitu $X \rightarrow Y$ (*path c''*), $X \rightarrow M$ (*path a''*), dan $M \rightarrow Y$ (*path b*). Adapun hasil *indirect effect*-nya untuk model $X \rightarrow Y$ (*path c''*), dari variabel profitabilitas (*ROA*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*), dapat dilihat pada tabel 4.4. Selanjutnya, hasil dari model $X \rightarrow M$ (*path a*) dan $M \rightarrow Y$ (*path a*) dan $M \rightarrow Y$ (*path b*) untuk profitabilitas (*ROA*) bisa diperhatikan pada gambar 4.1.

Pada gambar 4.1 tersebut terlihat bahwa *p-value* untuk $ROA \rightarrow CSRDI$ (jalur a) adalah signifikan dengan *p-value* (<0.001), demikian juga *p-value* untuk $CSRDI \rightarrow Tobin's Q$ (jalur b) adalah signifikan dengan ($P=0.003$). Berpijak pada penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel eksogen yang dapat dimediasi oleh *CSR (CSRDI)* terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*), yaitu profitabilitas (*ROA*).

Tabel 3.6 Pengaruh Tidak Langsung dari ROA Terhadap Tobin's Q melalui CSRDI

Hubungan Variabel	Koefisien	p-value	Signifikan/tidak signifikan
ROA → CSRDI → Tobin's Q	0.164	<0.001	Signifikan

Sumber: Warp Pls 8.0 (2025)

Berlandaskan *output* estimasi dari Tabel 3.6 di atas terlihat profitabilitas (*ROA*) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*) melalui *CSR (CSRDI)* adalah signifikan. Selanjutnya, setelah kedua langkah di atas terpenuhi kondisinya maka dapat dilanjutkan pada penarikan kesimpulan mengenai mediasi, yaitu i) Apabila koefisien *path c''* dari hasil estimasi langkah (2) tetap signifikan dan tidak berubah ($c''=c$) maka hipotesis mediasi tidak didukung, ii) Jika koefisien jalur c'' nilainya turun ($c''<c$) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*), iii) Jika koefisien jalur c'' nilainya turun ($c''<c$) dan menjadi tidak signifikan maka mediasinya berbentuk mediasi penuh (*full mediation*).

Mengacu pada prosedur pengambilan kesimpulan tentang mediasi seperti di atas maka diperoleh hasil bahwa *CSRDI* mampu memediasi pengaruh *ROA* pada *Tobin's Q*. Mengenai bentuk mediasi yang terjadi di atas: Pengaruh *ROA* terhadap *Tobin's Q* yang dimediasi oleh *CSRDI* tergolong *partial mediation*.

3.6 Diskusi

3.6.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Fitri dan Haryati (2022) Profitabilitas ialah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya selama periode tertentu. Sementara Silvia (2022:2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.

Profitabilitas yang diukur dengan *return on asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's q*. Hal tersebut ternyata terbukti dari hasil uji pada tabel 4.4 dan gambar 4.1 yang menunjukkan bahwa koefisien jalurnya positif (0.164) dan signifikan pada *p-value* <0.007, maka hasil tersebut

mendukung hipotesis. Hal tersebut sejalan dengan teori *signalling* yang dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa, perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja dan prospek yang baik dimasa yang akan datang. Hal ini akan memberikan sinyal yang positif kepada investor sehingga membuat para investor akan berlomba-lomba untuk menanamkan modalnya. Semakin banyak investor yang berinvestasi maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini sejalan dengan Brigham & Houston (2019) menyatakan profitabilitas menjadi indikator utama dalam penilaian kinerja perusahaan dan secara langsung memengaruhi nilai perusahaan karena menunjukkan kemampuan menghasilkan laba yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ramadhiani *et al.*, (2024:245) yang mengemukakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3.6.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap CSR

Fitri dan Haryati (2022) Profitabilitas ialah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya selama periode tertentu. Sementara Hackston dan Milne dalam (Pratiwi *et al.*, 2020:97), *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Profitabilitas yang diukur dengan *return on asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap CSR yang diukur dengan *CSRDI*. Hal tersebut ternyata terbukti dari hasil uji pada tabel 4.4 dan gambar 4.1 yang menunjukkan bahwa koefisien jalurnya positifnya (0.191) dan signifikan pada *p-value* (< 0.001), maka hasil tersebut mendukung hipotesis. Hal tersebut sejalan dengan teori *signalling* yang dikemukakan oleh Spence (1972) yang menjelaskan bahwa, perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor untuk menginvestasi modalnya sehingga perusahaan mudah untuk memperoleh dana eksternal. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Hal ini berfungsi sebagai sinyal kepada investor bahwa perusahaan yang baik dan berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan investor. Investor akan melihat perusahaan yang aktif dalam CSR sebagai entitas yang lebih etis dan bertanggung jawab, sehingga lebih banyak investasi.

Hal tersebut juga sejalan dengan Chandler (2016) mengatakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi lebih mampu mengalokasikan sumber daya untuk aktivitas sosial karena memiliki kelebihan dana dan tujuan reputasi jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Tifanny dan Wahyudi (2024) yang mengemukakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR.

3.6.4 Pengaruh CSR sebagai mediasi antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Menurut Hackston dan Milne dalam (Pratiwi *et al.*, 2020:97), *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Sementara Fitri dan Haryati (2022) profitabilitas ialah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya selama periode tertentu. Dan Silvia (2022:2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.

CSR yang diukur dengan *CSRDI* mampu memediasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Melalui pengkajian gambar 4.1 dan 4.2 maka terlihat CSR mampu memediasi secara *partial*, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan teori *signalling* yang dikemukakan oleh Spence (1972) yang menjelaskan bahwa jika manajer memiliki keyakinan bahwa perusahaan memiliki prospek masa depan yang bagus maka akan memberikan sinyal yang positif kepada investor.

Hal ini dikarenakan CSR yang luas memberikan sinyal positif bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan jangka Panjang. Dengan profitabilitas yang baik maka akan memberikan dana lebih bagi implementasi CSR perusahaan. CSR menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan pada investor. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar keterbukaan informasi sosial. Semakin tinggi tingkat pengungkapan maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran perusahaan di masyarakat sehingga mendorong manajemen untuk menjadikan perusahaan semakin menguntungkan. Profitabilitas perusahaan dapat menjadi pertimbangan investor untuk mengambil keputusan investasinya. Selain itu investor tidak hanya melihat dari kinerja keuangan melainkan juga melihat bagaimana perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Hal ini mendorong investor untuk lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis baik dan tanggung jawab sosial yang kuat. Hal tersebut sejalan dengan Chandler (2016) yang mengatakan CSR berpotensi menjadi variabel mediasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Tifanny dan Wahyudi (2024) yang mengemukakan CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

3.6.5 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hackston dan Milne dalam (Pratiwi *et al.*, 2020:97), *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Sementara Silvia

(2022:2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.

CSR yang diukur dengan *CSRD* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's q*. Hal tersebut ternyata terbukti dari hasil uji pada tabel 4.4 dan gambar 4.1 yang menunjukkan bahwa koefisien jalurnya positif (0.142) dan signifikan pada *p-value* (0.003), maka hasil tersebut mendukung hipotesis. Hasil penelitian ini sejalan teori *signalling* yang dikemukakan oleh Spence (1972) yang menjelaskan bahwa jika manajer memiliki keyakinan bahwa perusahaan memiliki prospek masa depan yang bagus maka akan memberikan sinyal yang positif kepada investor.

Dengan melakukan pengungkapan yang baik tentang tanggung jawab sosial, perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek masa depan yang bagus. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan Chandler (2016) menyatakan bahwa ketika *CSR* diintegrasikan ke dalam inti perusahaan, hal itu menciptakan nilai berkelanjutan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Simbolon *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3.6.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Sawir dalam (Umar *et al.*, 2023:267) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Sementara Silvia (2022:2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.

Ukuran perusahaan yang diukur dengan *LnTA* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's q*. Hal tersebut ternyata terbukti dari hasil uji pada tabel 4.4 dan gambar 4.1 yang menunjukkan koefisien jalur positif (0.152) dan signifikan pada *p-value* (0.007), maka hasil tersebut mendukung hipotesis. Hal tersebut juga sejalan dengan teori *signalling* yang dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa perusahaan yang besar akan memberikan sinyal positif terhadap investor karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Hal ini sejalan dengan Brigham dan Houston (2019) menyatakan ukuran perusahaan yang besar biasanya memiliki pendanaan yang lebih baik, risiko lebih rendah, dan dipercaya oleh pasar, yang berdampak pada nilai perusahaan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu Fitri dan Haryati (2022) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan: Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan memiliki prospek masa depan yang bagus sehingga investor berlomba-lomba untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *CSR* pada perusahaan sektor barang baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi cenderung melakukan pengungkapan *CSR* yang lebih luas. Hal ini berfungsi sebagai sinyal kepada investor bahwa perusahaan yang baik dan berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dapat meningkatkan kepercayaan investor. *CSR* mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang baik maka akan memberikan dana lebih bagi implementasi *CSR* perusahaan. *CSR* menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor. Profitabilitas perusahaan dapat menjadi pertimbangan investor untuk mengambil keputusan investasinya. Selain itu investor tidak hanya melihat dari kinerja keuangan melainkan juga melihat bagaimana perusahaan terhadap lingkungan sosialnya. Hal ini mendorong investor untuk lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis baik dan tanggung jawab sosial yang kuat. *CSR* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan pengungkapan yang baik tentang tanggung jawab sosial, perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek masa depan yang bagus. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang baku (*Basic Materials*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kondisi yang lebih stabil dan memiliki prospek yang bagus sehingga menarik minat investor untuk berinvestasi. Perusahaan besar lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan karena investor lebih banyak menaruh perhatian pada perusahaan yang berukuran besar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Referensi

1. Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan*. *Forum Ekonomi*, 23 (1), 29–38.
2. Bintari, V. I., & Kusnandar, D. L. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 27(1), 89-99.
3. Brigham, E. F. dan J.F. Houston. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (N. I. Sallama dan F. Kusumastuti, Terjemahan). Edisi Empat Belas. Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat.
4. Chandler, D. (2016). *Strategic Corporate Social Responsibility: Sustainable Value Creation*. SAGE Publications.
5. Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12.
6. Fitri, E. P. N., & Haryati, T. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1926-1941.
7. Fu, L., Parkash, M., & Singhal, R. (2017). Tobin's q Ratio and Firm Performance. *International Research Journal of Applied Finance*, June. <https://doi.org/10.0704/article-2>
8. Kurniasari, L. N., & Widyawati, D. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Intervening Financial Distress. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(6).
9. Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh kinerja keuangan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi variabel ukuran perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41-56.
10. Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021, June). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis* (pp. 569-576).
11. Radja, F. L., & Artini, L. G. S. (2020). The Effect Of Firm Size, Profitability and Leverage on Firm Value (Study on Manufacturing Companies Sector Consumer Goods Industry Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2017-2019). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(11), 18–24. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i11p103>
12. Ramadhiani, A. R., Triono, H., & Setiawanta, Y. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Industri Processed Foods. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 5(2), 236-247.
13. Rosmanidar, E., Putriana, M., & Nasution, M. A. P. (2024). Pengaruh Biaya Lingkungan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan: Studi Kasus Pada Perusahaan Basic Materials Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2017-2021. *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 17(1), 111-125.
14. Silvia Indrarini, M. M. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba: (Good Governance Dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
15. Simbolon, A. Y., Sastrodiharjo, I., & Husadha, C. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(7), 389-403.
16. Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
17. Sukanti, A. T. W., & Rahmawati, M. I. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(1), 49-62.
18. Tiffani, I. M., & Wahyudi, S. (2024). Pengaruh Profitability dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Perpektif Ekonomi Islam (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 2255-2268.
19. Umar, L. S., Mawardi, M. C., & Hariri, H. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(02), 264-276.